الصحافة

سيف ودرع

عبد القادر ياسين



بطاقة فهرسة

مكتبة جزيرة الورد

اسم الكتاب : الصحافة سيف ودرع

المؤلف : عبد القادر ياسين

رقم الإيداع :

١٩٧٨٠ / ٢٠١٠

الطبعة الأولى ٢٠١٠



القاهرة : ٤ ميدان حليم خلف بنك فيصل

ش ٢٦ يوليو من ميدان الأوبرا ت : ٠١٠٠٠٠٤٠٤٦ ـ ٢٧٨٧٧٥٧٤

Tokoboko_5@yahoo.com

إهـــداء

إلى أرواح الذين علموني الصحافة، في سجن المحاريق، بالواحات الخارجة المصرية (١٩٦٠): فتحي خليل، وصلاح حافظ، وإبراهيم عامر، وحسن فؤاد، وزهدي العدوي، وعبد الستار الطويلة. فضلاً عن الذين «دبَّسوني» في البحث الأكاديمي (أواخر الستينيات): د. فؤاد مرسي، ود. أنيس صايغ، ومشيل كامل. أهدي هذا الكتاب.

عبد القادر ياسين

المقدمة

الصحافة سلاح بيد كل من يتطلع للتغيير، كما أنها سلاح كل من يرفضون التغيير، ويحافظون على الوضع الراهن.

لغويًا: الصحافة «مهنةُ مَنْ يجمع الأخبار، والآراء، وينشرها في صحيفة، أو مجلة والنسبة إليها: صحافي»[١].

أما **الجريدة** فهي«سعفة طويلة تُقشَّر من خوصها. و...خيل لا رجَّاله فيها. و... دفتر أرزاق الجيش فى الديوان. و... صحيفة يومية، تنشر أخباراً، ومقالات»[٢].

نأتي إلى وظيفة الصحافة في الرأسمالية، وهي: **الإعلام، والثقافة، والتسلية**. وإذا كان الإعلام يمثل وظيفة رئيسية، فإن الثقافة ثانوية، والتسلية هامشية.

أما وظيفة الصحافة في الاشتراكية، فتتركز في : **التوعية،و التعبئة، والتنظيم**. أغلب الظن بأن لا ضير في الجمع بين المدرستين، دون خشية من تعارض؛ فالإعلام، والثقافة، والتسلية ، في سبيل التوعية، والتعبئة، والتنظيم.

(1) مجمع اللغة العربية: المعجم الموحَّد، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٣٦٠.

(2) المصدر نفسه، ص٩٩.

فيما يخص عناصر عملية الاتصال، تُختصر في: المرسِل، والمستقبِل، والرسالة، وقناة الاتصال، والتقييم،والتشويش (سوء فهم الرسالة).

إن الصحف حاجة إنسانية، وستظل الحاجة أُم الاختراع.

إنها مهنة مكرّسة للصالح العام، ولفضح الألاعيب، والشرور،شرط أن تكون الصحيفة عادلة، ومنصفة.

غني عن القول بأن الصحافة لا تترك بصماتها على الصحف فحسب، بل تتعداها إلى تاريخ البلاد نفسه.

نأتي إلى الغرض من تعلُّم الصحافة، ونوجزه في جعل مهمة الصحافة أكثر نبلاً؛ برفع مستواها، وصقل صفاتها، وشد عزيمتها، وشحذ معنوياتها؛ بتأهيل رجالها، تأهيلاً جيدًا، واجتذاب الموهوبين،وذوي المُثل إليها.

إلى ذلك تكتسي الصحافة أهمية خاصة بالنسبة للتاريخ، فهي تأريخ للحظة الراهنة، حسب الفيلسوف الوجودي الفرنسي الشهير، ألبير كامي؛ فضلا عن أن «الصحف شواهد على القبور»، لأن شخوص التاريخ تكتب فيها رأيها، أولاً بأول، وليس بعد حين، بما يعطي تلك الشخوص فرصة للتعديل والتبديل، في الحالة الثانية .

لقد اشتد قلق البعض على الصحف، بعد ظهور الراديو، والتلفزيون. فيما تفضُل الصحف الأداتين الأخيرتين في صفة الاستمرار، إلى أفضليتين أخريين:

- في الجريدة تقرأ عن أمر، وترى الصورة، في الوقت الذي يناسبك. وتعود إليها، وقت ما تشاء.
- الكلمة المطبوعة ثابتة.

هذا مالا تستطيع أن تفعله، أبداً، مع الراديو والتلفزيون، حيث لا تستطيع أن

تعيش مع ذاك الأمر، أو تستمتع به، أو تعارضه، أو تعود إليه.

الصديقة العزيزة الناشطة اليسارية المصرية المرموقة، شاهندة مقلد، أكدت بأن لينين لو كان لحق بالفضائيات، لأكد بأنها تصنع ثورة. الصديق العزيز عضو المكتب السياسي للجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين، فهد سليمان، تحفظ مؤكدًا بأن الفضائيات تخلق رأيًا عامًا، بينما الصحف هي التي تخلق تيارًا.

لتيسير أمر الدراسة عمدت إلى تقسيم الكتاب إلى فصول قصيرة، سهلة، معتمدًا على جملة من المراجع، الرأسمالية و الاشتراكية، على حد سواء. فليس لأحد إنكار أن الأولى سبقت الثانية، وأن الأولى لا تخلو من إيجابيات، مهنية وتكنيكية، بغض النظر عن الأغراض، والأدوار.

وبعد، فهذا الكتاب يعطي مجرد فكرة عن الفن الصحفي، لكنه لا يخلق، وحده، صحفيًا، وإلا كان الواحد منا يقرأ كتاب « كيف تصبح لاعب كرة قدم ممتاز في ٢٤ ساعة بدون مدرب». فالأمر يحتاج إلى الكثير من الممارسة، والثقافة الواسعة المتنوعة،والدأب، ومتابعة الأحداث الجارية، أولاً بأول، والقراءة أكثر، مع الكتابة أقل.

المؤلف

القاهرة في ٥/ ٦/ ٢٠١٠



| 1 |

كيف تُصدر جريدة؟!

الحماس - على أهميته – لا يكفى لإصدار دورية. فالأمر يتطلب، أيضاً، دراسة علمية وثقافية، دقيقة للموضوع الراهن في القطر المعني، بعد توفير الإمكانات المالية التى تضمن للدورية الاستمرار والنجاح. فلا مفر من توفير ميزانية مالية تكفي لإصدار الدورية سنة كاملة، بتكاليف الورق والطباعة، وأجور العاملين، وإيجار المقر. بعد أن نكون ضمنا التجانس الفكري السياسي للنواة المؤسسة للدورية. لكن كيف يتم كل هذا؟!

لا يتم البحث في إصدار الدورية قبل توفير المال اللازم لإصدار تلك الدورية، لمدة عام كامل، دون انتظار مليم واحد من بيعها، وما يأتي من البيع بعد ذلك، خير وبركة.

بعد ذلك تجتمع النواة المؤسسة، وتجري دراسة دقيقة للأوضاع في القطر المعني، وتُحدد النواة ملامح المرحلة التى يمر بها القطر، والجمهور الذي تصدر الدورية من أجله، ثم استفتاء عينة عشوائية من ذاك الجمهور، عما يريده من صحيفة تصدر من أجله، وما الذي يفتقده في مجموع الصحف الصادرة في القطر المعني. وهذا كله يفيد في تحديد حجم الدورية، وشكلها، ودوريتها (يومية، أسبوعية، نصف شهرية،

شهرية، فصلية، حولية)، فضلاً عن ثمن النسخة الواحدة منها. مع الحرص على التوفيق بين ما يريده مصدرو الصحيفة، وبين ما يتوق إليه جمهورها المتلقي.

لكن هذا كله لا يتم، قبل قراءة كل صحف القطر، وتسجيل ما تغفله، وما تعالجه بطريقة غير صحيحة، من الموضوعات المطلوبة للجمهور المعني.

هنا نأتي إلى الصياغة، بدءاً من مسودة لأهداف الدورية، وتقسيم وتسمية أبوابها، ورسم نموذج (ماكيت)، أو أكثر لها. على أن يُعرض هذا كله على مجموع هيئة التحرير، دون استثناء. ليشترك الجميع في إبداء الرأي، بما يجعل الناتج عملاً جماعيًا، بامتياز، وبما يُشعر كل المحررين – صغيرهم وكبيرهم- بأنه أسهم في صنع الدورية، فضلاً عن أن هذا الإسهام يجعل كل المحررين يستوعبون جيدًا ما يُصاغ، جماعيًا. فيتوفر شرط التجانس الفكري السياسي، على صفحات الدورية، وإلا خرجنا بدورية متنافرة الموضوعات، وكلٌ يغني على ليلاه، فتفقد الدورية الاتجاه.

عند هذا يحدد رئيس تحرير الدورية موعد صدورها، ويبدأ العمل لتوفير المواد الثابتة لعشرة أعداد (إذا كانت الدورية يومية)، ولخمسة أعداد (إذا كانت أسبوعية)، ولثلاثة أعداد (إذا كانت شهرية)، ولعددين اثنين (إذا كانت فصلية). وبذا نكون «عملنا اللي علينا، والباقي على ربنا» .

| 2 |

وظيفة الجريدة

لعل من فضلة القول بأن الجريدة للمجموع، أما المخاطبة فللأفراد. لذا يبشرنا مستقبل الجريدة بأنها ستبقى للأمة، بقاء المخاطبة للأفراد؛ وستظل ساحة عمومية، يجتمع فيها الملايين، ويتبادلون أخبار النهار، ومشاكله. والخدمة العامة هي مبرر وجود الصحيفة. ومحررو الصحف يبشّرون بالتعاليم الخلقية الحميدة.

حسب هيرست [1] فإن متطلبات الجريدة هي: **الأخبار، والصور الإخبارية، والتحقيقات المتنوعة**، مع تقديم الصحيفة **المعرفة**، بشكل يفوق كثيرًا ما تقدمه للتسلية. أما **الحقائق الخالصة**، فتُعلي مصلحة الشعب والوطن على ما عداها.

الإيجاز أمر مرغوب فيه، لذا لا بد من تلخيص الخبر، إلى أقصى حد، وإدراك **أن العناوين تزيد الصور بهجة.**

---

(1) هو وليم راندلف هيرست، الطالب المطرود من جامعة هارفارد، لسوء سلوكه، ما جعله يطلب إلى والده، جورج هيرست، تسليمه رئاسة تحرير جريدة « **سان فرنسيسكو**»، التي كان الوالد كسبها عن طريق القمار، في ثمانينيات القرن التاسع عشر. وتسلم هيرست الابن رئاسة التحرير، فعلاً، سنة ١٨٨٧ ، وبقيت لسان حال عائلة هيرست، حتى عام ٢٠٠٠ . معروف بأن هيرست الابن كان انتقل إلى نيويورك، ليتتلمذ على يدي الصحفي الأمريكي الشهير، جوزيف بوليتزر.

الجريدة تصحح الأخطاء، وتنقل ما يجري، بدقة. وترفض الإعلانات التي تتعارض مع الخط السياسي للجريدة.

إضافة إلى الحرص على الحقيقة، فإن واجب الصحافة الأول هو تقديم الرأي المخلص، ناهيك عن الدور الحيوي للصحافة في سبيل تحقيق الديمقراطية.

على أن وظيفة المحرر ألا يقول للناس ما يجب عليهم أن يعتقدوه، بل أن يطلعهم على معلومات كافية لأن يبنوا عليها اعتقادهم الصحيح. «أَنِر، والناس يعرفون طريقهم». بكلمات دانتي[1].

الجريدة تغذي قراءها، عقلياً، بالمعلومات، وتؤثر بالتالي على تفكيرهم العام. فيما يتم حصر الرأي في الأعمدة الخاصة به، فإن على الجريدة تفسير الأخبار، وأن تعمل كقوة تثقيفية في المجتمع. فمبرر وجود الجريدة هو الخدمة العامة.

لقد ولدت الجريدة فى المدينة، لتقدم أخبار النهار، وتُرقِّي التجارة، والصناعة، بالإعلانات، وتُرشِّد الرأي العام، وتقوده، فتراقب الحكومة. ما استحقت معه الصحافة لقب «السلطة الرابعة». يبقى، بعد هذا كله، القدرة على التنفيذ، للوصول إلى جريدة جيدة.

---

(1) هو دانتي أليجيري (١٢٦٥ - ١٣٢١) شاعر من فلورنسا (إيطاليا). أعظم أعماله «الكوميديا الإلهية»، بشقيها: الفردوس، والجحيم. وتعتبر «الكوميديا الإلهية» البيان الأدبي الأعظم، الذي أنتجته أوروبا، خلال العصور الوسطى.

3

الجريدة الجيدة

إن الصحافة المكافحة هي تلك المكرَّسة لخدمة الشعب، بمهنية عالية، وانتماء ومسؤولية وطنية. ولا تكون الجريدة جيدة، إلا إذا وصفها المجتمع بأنها كذلك. فنجاح الجريدة، أو فشلها، رهن بمدى قدرتها على عكس طموحات الشعب، بدقة، والدفاع عن مصالح الشعب والوطن بقوة.

بيد أنه لا غنى عن الاستقلال الاقتصادي للجريدة، لأنه أساس استقلالها السياسي. مع ذلك ما من وصفات جاهزة لصناعة الجريدة. وإن كان التطور والتغيير شرطان بالغيْ الأهمية لجريدة جيدة. فضلاً عن فحص الأساليب، والغايات، والنتائج، ودوام فحصها، يوميًا.

ثمة فنون مهنية لنيل ثقة القارئ، واحترامه، على أن الفنون الأهم إنما تتوفر بالتعلم والممارسة.

فيما يخص الأخبار، يجب تقديمها على نحو يريح القارئ، ويسهِّل مهمته. فيما تحصر الجريدة رأيها في مقالات الرأي.

التكنيك ، وحده لا يصنع جريدة جيدة، الأمر الذي يكمن في قلب الجريدة ، وفكرها؛ في غاياتها، ومعتقداتها، وفلسفتها؛ في قدرتها على أن تثقِّف، وتفسِّر. إن غاية الجريدة أن تنير لا أن تُملي.

يتمنى الشعب من الجريدة أن **تمده بالتاريخ الراهن**، فضلاً عن **تفسيرات، وتوجيهات** لبلورة أفكار حيال قضايا العالم. **فالتحرير أمانة تُدار لمصلحة الشعب والوطن**. ومنها يستطيع المواطن بلورة أحكام صائبة. فهدف الجريدة، اليوم، هو **تكريس الجهود، لجعل قرائها يفكرون لأنفسهم**، بدل أن يتسلموا أفكارًا جاهزة من الآخرين. ومن هنا فالصحف هي **أساس بناء الديمقراطية**. وعلى القراء مراقبة الصحف ، وتوجيه النقد إليها، ومحاسبتها.

ثمة **الأخبار** الضرورية للإحاطة بالأحداث الجارية، إلى **التحقيقات**، **والترفيه**.

كل المطلوب من الصحفي أن يجمع مادته الجديدة، ويشكلها مع طوب بنائها وطينه، فضلا عن إجادة التعبير عن آمال الشعب، وأمانيه، وسيكون الحاصل: جريدة جيدة.

غني عن القول بأن الجريدة الجيدة تتكون من عناصر عدة:

- تحظى **بقبول** سائر أفراد الأسرة، وتحمل الشباب على **المطالعة**، حتى يفكروا لأنفسهم بأنفسهم.
- تُمنع **أعمدة الرأي** من الطغيان على **الأخبار**، وتقدم الرأي والرأي الآخر، بالعدل.
- تهتم **بالأخبار المحلية**.
- تُقدم **الصور** الفوتوغرافية من الزاوية، التي تسهِّل على القارئ استيعابها، وأن تُنطق صورها بالقصص، وتضيء ما فيها من أخبار. علمًا بأن انتشار التلفزيون زاد من قيمة الصور الإخبارية. والمهمة نفسها تقع على **كاتب العمود**. مع إيلاء الاهتمام الكافي لتفسير **الأخبار**، بمجرد حدوثها.
- تقاتل الجريدة من أجل الشعب والوطن، فتمد الأبكم بصوتها، والضعيف

بقوتها. وعلى الجريدة أن تعي **بأن حريتها مهددة، دوماً**، من الداخل والخارج، على السواء.

- **تهتم الجريدة بمصالح العاملين فيها**، بما يقوِّي من يقينهم بأنهم إنما يعملون في مؤسسة نبيلة.

- يقدم الكاتب، **عبر العمود**، سلسلة من الفكر المتصل، الذي يضيء عتمة الصحيفة، ويخفف من حموضتها.

- تحرص الصحيفة على استمرار تفوقها، **ولا ترتكن إلى سمعة قديمة**، أو تحاول أن تقتات من دهنها.

ثمة صحفي مخضرم آخر، حدد متطلبات نجاح الجريدة في ثلاث:

- تقديم كل ما يمكن نشره من **أخبار**، دون تحيُّز، أو تشويه، بأسلوب ممتع. **فالأخبار محور الجريدة.**

- تنظيم **أعمدة الرأي**، بهمة، وتوقيت جيد. وفيها يعبِّر الصحفيون عن آرائهم، بهدف توجيه الرأي العام. **فالجريدة مؤسسة تربوية**، فضلاً عن كونها **مصدر معلومات** للقراء. **أما تفسير الأخبار** فلتنوير الرأي العام. ذلك أن الأخبار على أهميتها، إلا أن الجموع تنتظر من يفسر لها هذه الأخبار.

- إيلاء الاهتمام الكبير **للتوزيع**.

ما من جريدة تقوى على النجاح، إذا اكتفت بتقديم المادة التي يرضى عنها قراؤها.

أما **كاتب العمود**، فيأمل القراء منه أن يكون متجردًا، نزيهًا تجاه قضايا الخلاف، وموضوعيًا. لأن الجريدة تعكس مجتمعها، لذا تصبح جزءًا من تاريخ المجتمع.

وعليها أن تتقدم الصفوف في القضايا المهمة. وأن تعرض الأخطاء، وتكشفها.

لكن، عندما يستفحل الصراع، ويحتل الثانوي منه موقع الرئيسي، يصبح واجب الجريدة تهدئة هذا الصراع، حرصًا على الوحدة الوطنية.

إن صفات المواطن الجيد هي نفسها صفات الجريدة الجيدة: **الاستقامة، والنزاهة، والجسارة، وتفهم واقع الصراع البشري.**

ثمة استنتاجات من نجاح صحيفة «**الورلد**[1]» الأمريكية:

أولا: المحافظة على **الدعابة**، للتخفيف عن الناس.

ثانيًا: التحول إلى منبر حقيقي للمواطنين .

ثالثًا: مصارعة القوى السياسية، في سبيل الصالح العام.

رابعًا: التأكد من حوادث النهار المهمة، لأننا لسنا مجرد سجل أحداث.

خامسًا: الكتابة الجيدة مهمة، ولكنها ليست غاية، في حد ذاتها، إنها واسطة لنقل **الأخبار**، لذا ثمة أهمية للكتابة السلسلة.

« **الدقة ، والأناقة، والدقة**» كانت قاعدة جريدة «الورلد».

لذا ثمة ضرورة قصوى لإحساس الجريدة بالمسؤولية الملقاة على عاتقها، حتى تتمكن من تحقيق أهدافها.

على أن **الحرص على السبق الصحفي يجب ألا ينسينا المسؤولية الوطنية** . إن رسالة الصحافة، حسب **هنري واتسون**[2]:

---

(1) أضيفت إليها، لاحقًا، جريدة «التريبون»، فأصبح اسمها « **الورلد تريبون** ».

(2) هو هنري واتسون Brereten (١٨٨٣ ـ ١٩٢١) ، واسمه الكتابي واتسون ماريوت، صحفي، وكاتب مسرحي، وقاص استرالي.

ـ الصحافة كمهنة – مثل الطب والقانون–**لا يغيِّرها التطور.**

– على رئيس التحرير أن يتأثر بغيره، مع اعتداده بنفسه. **وأن يتمكن من أن يغربل**، ويتحرى، ويفرز بسرعة، يُلم بشتى المسائل، ويتحمس للعمل، ويحبه. وليس ضروريًا أن يكون كاتبًا كبيرًا.

فيما صاغ **هيرست** سبعة قوانين لجريدة جيدة :

أولاً: تكريس موقع مناسب **للأخبار.**

ثانيًا: اختصار الأخبار، بحرص ووعي.

ثالثًا: التعامل مع **الصور**، كالأخبار، حسب قيمتها الإخبارية.

رابعًا: حجمها .

خامسًا: عدم إعطاء الصورة حجمًا، أكثر مما تستحق.

سادسًا: ألا تتعدى المقالات **الوصفية** على أعمدة الأخبار. فالأخبار هي الأهم في الجريدة.

سابعًا: **المانشيتات** للأخبار، وكذلك المتن. كما يجب أن تعكس الصور الأخبار.

عاد **هيرست** وأجمل نصائحه من أجل جريدة جيدة، فيما يلي:

- **تحقيقات** خبرية خاصة، قدر المستطاع.
- أسبقية في **الصور.**
- جريدة **عميقة.**
- المهم أن تنشر **الأخبار**، التي يُفضَّل أن تُختصر.
- لتكن **زوايا الجريدة كاملة ومتقنة**، **وموضع ثقة**، ليجد القارئ ما يريد، وأن يجدهْ **صحيحًا.**

- حذف ما يؤذي خيار الناس، وتجنب الألفاظ الجارحة، والبذيئة، والمبتذلة.
- اجعل جريدتك عوناً وأنيسًا، لا تؤنّب، ولا تتذمر، ولا تنتقد في الأعمدة الإخبارية. اترك ذلك لأعمدة الرأي.
- كن منصفًا، ونزيهًا. اجعل جريدتك للشعب.
- الدقة، وتجنب المبالغة.
- العناوين حقائق واضحة، موجزة، شيقة.
- ضع صورًا جميلة.
- راجع جريدتك، كل يوم، لتلاحظ أين تفوقت، وإلا فأنت خسرت نهارك. عندها ضع تصميمًا آخر.

من ملاحظات ثمانية وثلاثين شهراً متصلة (١١/ ١٩١٦- ١/ ١٩٢٠) صاغ نور ثكليف[1] نصائحه، على النحو التالي:

- يتطلع الجمهور إلى التعرف على محررين جدد، فقد سئم أسماء القدامى.
- تُحجز تواقيع التصدير للمعروفين من الكتّاب.
- ألا يتعدى قسم الإعلان على المساحة المخصصة لبقية الأقسام.
- ضغط المساحة المخصصة للافتتاحية.
- العناوين التنبؤية منفّرة، ولا بد من التنوع في هذه العناوين.
- لعل من أصعب الأمور كتابة المقالات الموجزة.

(1) هو ألفريد هارمز وورث نورثكليف، لورد بريطاني، صاحب يومية «التايمز» اللندنية الشهيرة. لعله خير المعبرين عن المدرسة الرأسمالية في الصحافة، وهو صاحب صيغة المقال والخبر السريع، الذي لا يجوز أن يزيد عن ٢٥٠ كلمة.

- كل ضربة صحفية هي سبق صحفي.
- الحرص على الإبداع اليومي.
- وكم من **نكتة حسنة**، أُسيء إخراجها!
- **افتقار الجريدة للكمال** يؤذيها كثيرًا، ويُفقد القراء الثقة فيها.
- كقاعدة، الناس يحبون أن يقرؤوا عن **الأشخاص**، وليس عن الأشياء(الأسماء تصنع الأنباء Nams make the news).
- لا مفر من تجنب **الكلمات** الملتبسة، وغير المفهومة.
- الصحف والمجلات تتجدد، وتموت، ما لم يثرها **الانتقاد**، **والدم الجديد**.

نأتي إلى **جوزيف بوليتزر**[1]، ناشر جريدة «**ورلد**» النيويوركية، و«**بوست دسياتش**» السانت لويسية، في ثمانينيات القرن التاسع عشر، وهو الذي كثَّف خبراته في العمل الصحفي بأن تكون الجريدة مزدهرة، **كبيرة**، **وديمقراطية**، تقف جهودها من أجل **الشعب والوطن**، فتفضح **الغش**، **والخداع**، **وتحارب الشر**، **والفساد**. مستقلة سبَّاقة في **التقدم والإنارة**، دوماً، تدافع عن الحريات الديمقراطية، تتطلع للمُثل والكمال، أبداً. أداة للعدل وسيفًا مصلتًا على الجريمة.

احذف **الصور** التي تشوِّه مظهر أصحابها، وكذا **التصريحات** التي تسبب حرجًا للذين أدلوا بها.

حسب نصحية هيرست، **فلا مبرر لنشر خبر فضيحة خاصة**، **وإن كان** حق الجريدة، وواجبها، **نشر الحقائق العامة**، التى يهتم بها الجميع، العامة والخاصة، على

(1) **جوزيف بوليتزر** : ولد في هنجاريا ، في ١٠ / ٤ / ١٨٤٧ . أصبح من أكبر ناشري الصحف الأمريكيين في التاريخ . استحدث « **جائزة بوليتزر** » للانجازات في مجالات : الصحافة ، والأدب، والموسيقى، والفن.

حد سواء.

بكل شجاعة ، وحسم، ومرح ، على الجريدة أن **تصحح ما تقع فيه من أخطاء.** مع الحذر بأن **جمود الجريدة يُفقدها** قراءها.

يُذكر أن يومية «**التايمز**» اللندنية نشرت ، قبل نحو ستين عاما ، خبر وفاة أحد الباشاوات المصريين ، وحين احتج الباشا المذكور ، وطلب إلى الصحيفة تصحيح الخبر ، اعتذرت الصحيفة بأنها لم تألف نشر تصحيح عن خبر غير صحيح فيها . والطريف أن «**التايمز**» عرضت على الباشا المذكور أن تنشر اسمه ضمن المواليد الجدد!

لكي تساير الجريدة العصر، عليها امتلاك **قاعدة جيدة للتحرير**، مخبرون دقيقون، يتمتعون بقدرة كبيرة على الوصف،جمل قصيرة، مرح، ديناميكية، تعطي الفرصة لوجهتي النظر، بعناوين دقيقة.

الجريدة **محام عام عن الشعب**، تمتلك مصادرها الخاصة للمعلومات، وهي مرآة **للأحداث، ونصير للحق.**

على رئيس التحرير أن يدعم محرره، بمجرد أن يُقبل على أمر جديد. علينا أن نحذو حذو الصناعيين، ودأبهم بتهذيب أغلفة منتوجهم، ليظل جذابًا.

إن واجبنا الأساسي **أن نُخبر لا أن نصدر تعليمات.** ونقدم رأينا، «حسبما نرى»، ونكون منصفين، دائمًا. وأن تستند مقالات الرأي عندنا إلى **بيِّنات** مؤكدة، وأن نتجنب **المجاملات، واللغو الفارغ، والمهاترات.**

مع الحرص على **الاقتصاد في الإدارة، والإيجاز في الأخبار.**

اجعل من **كل خبر مهم** ريبورتاجاً، وما يجب أن يُختصر، وما يجب أن يُحذف. يبقى أن **أخبار الجريدة وتعليقاتها** يجب أن تصل إلى أوسع دائرة ممكنة من الناس، أما

الإعلان فيها فيتوقف على توزيعها، والإعلان يعني المال، والمال يعني الاستقلال.

لقد لخص صحفي أمريكي مخضرم الصفات التي يجب أن تتمتع بها مواد الصحيفة، مؤكداً بأن الجريدة، في أخبارها، وعناوينها، وأعمدة الرأي فيها، بحاجة إلى الرشاقة والدعابة، والقدرة على الوصف، والنقد، والإبداع، والأسلوب الأدبي الجيد، وتركيز الأفكار، ثم الدقة، الدقة، الدقة.

فيما أكد صحفي آخر بأن على الجريدة أن تكون كاملة، مكثَّفة، مرحة، بنّاءة، صافية، فهي ليست مجرد انعكاس للمجتمع، بل أيضًا مرشد له، وموجه للرأي العام فيه. واع، في الوقت نفسه، بأن قاعدة الفشل تكمن في إرضاء كل الناس.

وبعد، فإن كل ما سبق يتطلب صحافيين جيدين، لتطبيقه، أما إذا تسلل نصَّاب إلى الصحيفة، فإنه سيفسد ـ بما ينشر ـ عمل الصحيفة كله. ومن هنا الأهمية القصوى لانتقاء الصحافيين العاملين فى الصحيفة، ومراسليها.



| 4 |

الصحافي الجيد

في الصحافة، كما في الحرب، **الإنسان وليس الآلة هو العامل الحاسم.**

على الصحفي الخبير أن يتحلى بتفهم عميق لما يقدمه إلى عموم القراء، بفرز ما يُنشر عما لا يجب نشره، وأن **يُلم** الصحافي بعملية **الطباعة،** و ألا يستخف بقيمة الإعلان، والترفيه، والتوزيع. مع القدرة العالية على عرض الأخبار، والتحقيقات، والصور الفوتوغرافية، ومقالات الرأي.

مع ملاحظة أن رئيس التحرير لا يفوز باحترام شعبه، إلا إذا كان مستقيمًا، أمينًا، جسورًا، في سبيل ما يؤمن به، عصاميًا.

غالبًا ما يكون رئيس التحرير منحدرًا من قسم الأخبار، أو مقالات الرأي، حيث راكم خبرة مهمة في المقابلات، وتفسير الأخبار.

المال ليس هدفًا للجريدة، وإن كان المال سيأتي نتيجة النجاح، واعتمادًا على خبراء الإدارة.

يجيد رئيس التحرير الجيد اختيار مساعديه، من خارج دائرة «المطيباتية» و «الدبّيكة»، وهو على استعداد لتعديل أفكاره، بعد التشاور مع مساعديه. **إنه القائد وليس الديكتاتور.**

مُثله الصحافية، نشر الأخبار، دون خوف أو محاباة، وفي مواجهة الفساد والجشع، تذوب مصالح رئيس التحرير في مصالح المجموع.

صريح، جسور، مستقيم، لا تأخذه العزة بالإثم. حارس لحرية الصحافة، لا يبخل بالمعلومات على الناس، حتى يسهِّل عليهم اتخاذ مواقف وقرارات.

إلى ذلك ثمة ضرورة قصوى للتحرر من أي ضغوط، خارجية أو داخلية. فضلاً عن التحرر من أي تحيُّز، عند تقديم الأخبار.

كما لا مفر من جهاز تعاوني، متكاتف، صلب، يؤمِّن سير العمل، بكفاءة عالية ومكافأة المجدِّ. مع الحذر من المحسوبيات على حساب الكفاءة.

لا يكفي أن تمتنع عن نشر الأخبار الملفقة، لتجنب الأخطاء، بل عليك تحري الدقة ، التي ترادف الفضيلة بالنسبة للمرأة.

على كاتب العمود الكتابة بأصالة نفسه، بأسلوب رشيق.

الآن، تُرى، ما هي المادة الضرورية لتخلق صحافياً؟!

لا شك بأنها الولع بالعمل، والاجتهاد، والتفاني، ثم الضمير، والوجدان.

إن الأمر يتطلب معرفة القضية قيد المعالجة، والتمكُّن من التعبير عنها بلغة سليمة، والشعور بالإنصاف في الجدل، مع الاقتناع، والكرامة،والأدب، دون الجزم باحتكار الحقيقة، واللطف المقرون بالحزم، وعدم الانحناء، عند الانخراط في قضية حق.

أما المبدأ الأساسي والروح الأساسية للصحافي، فكل ما هو إنساني، وأن يكون للصحافي هدف واحد فحسب، هو خدمة الشعب والوطن، بشجاعة وضمير حي.

كُن مجاملاً، دون نفاق.

لاحظ الأمر، بوضوح، وصِفه بسهولة. واشعر بالحرية، وعبِّر عنها في كتاباتك.

الصحافي يُختبر، كالدجاجة بعدد البيضات التي تبيضها هذا الأسبوع، وليس بما باضته في السنة الماضية.

لذا على الصحافي المحافظة على النجاح الذي أحرزه بالأمس، أما المحافظة على النجاح الذى تحقق خلال السنين، فإنه ليس بالأمر الهيِّن.

نأتي إلى الأخلاق الصحافية، وهي الأرفع بين المهن، فالصحافي يجب أن يكون وفياً لمعتقداته. لا يطوِّع الصحافي منتوجه إرضاءً لأحد. ويكمن سر قوته فى اتساع أفق أدواته، وعواطفه الشخصية. وانحيازه للعقل في الأخبار، والتعليقات، والنقد، والخيال، والدعابة، والفلسفة، والشعر.

فيما يخص **فردريك هدسون**[1]، في كتابه «الصحافة في الولايات المتحدة»، أهداف الصحافي في أن يحافظ على صلاته مع الشعب؛ يشاركهم تفكيرهم، ويحس أحاسيسهم، ويتحلى بالشجاعة، ما يندر أن يأتيه الباطل من أي جهة.

يبقى **تثقيف الصحافي**. حتى يكون ناضجاً، ذا رأي سديد، في شتى الموضوعات، الاقتصاد، الفلسفة، التاريخ(تاريخ وطنه، وتاريخ الثورات الكبرى فى العالم)، الفن، الموسيقى، اللغات، الأدب، إلى تاريخ الأديان، والإلمام اجيد بالكتب السماوية الثلاثة، فضلاً عن الإدارة العامة. وأن لا يتوقف الصحافي عن تثقيف نفسه، وأن يختبر، يومياً، مستويات ما يكتب، مثلما يختبر الطبيب أدواته. فتنمية

(1) **فرد ريك هدسون** : كاتب ومفكر أمريكي في مجال تحقيق التوازن بين العمل والحياة . صدر له كتاب **«الصحافة في الولايات المتحدة»** . حصل على الدكتوراه من جامعة كولومبيا . وفي سنة ١٩٧٣ كان المؤسس الرئيسي **لمعهد فالدنج** ، وغادر سنة ١٩٨٦ ، لتأسيس **«معهد هدسون»** ، في سانتا باربرا ، لتدريب الصحافيين .

معارف الصحافي في حقول كثيرة تعينه كثيراً علي الإلمام بما يحصل عليه من وقائع، بما يمكِّنه من أداء واجباته، على خير وجه، خاصة إذا ما عمل الصحفي بجد وذكاء. على أن الموهبة لا غنى عنها، تعززها الممارسة.

الخلاصة: أن الصحافي يجب أن يتمتع بثقافة عامة واسعة، متنوعة، فضلاً عن مهنية عالية متطورة، دوماً، ناهيك عن الانتماء، والمسؤولية الوطنيتين.

| 5 |

التوجيه الصحفي

الصحيفة لا تصنع الخبر، بل الانطباع به. تلك بديهية يجب ألا تغيب عن بالنا.

في التوجيه، الصورة أصدق إنباءً من الخبرِ، بكلمات الناقد السينمائي المصري المرموق، مصطفى درويش.

بعد الصورة، يأتي الخبر في قوة التأثير على القراء. في الأولى يستحيل التشكيك في مدى صدقيتها، أما الخبر فتصعب مخالفته، لأنه ليس رأياً، قابلاً للمناقشة، أو المعارضة.

إلى ذلك تتم معالجة الهدف الرئيسي للصحيفة، عبر شتى الأجناس الصحفية، ولكن بالإيحاء دون الإلحاح. فإذا كانت الصحبفة اشتراكية، لا يجب عليها أن تلح على الاستغلال الرأسمالي، عمّال على بطال، في كل عدد، وكل جنس صحفي، بل يتوزع الأمر على لوحة كاريكاتورية في عدد من الصحيفة، يبدو فيها الرأسمالي، مثلاً، وهو يعصر العامل، ويُنتظر عددان، لتطل لوحة جديدة، في الاتجاه نفسه. والأمر نفسه في المقالات، والتعليقات، والتحقيقات، والمقابلات، والتقارير الصحفية.

للتأكيد على أمر، يتم صك الصفات، وتعميمها على شتى أبواب

الصحيفة، وأعمدتها. فإذا تم وصف مسؤول كبير بأنه «وزير الألوان»[1]، يستمر استخدام هذه الصفة، التي صُكَّت، في شتى أعمدة الصحيفة، وعلى طول المدى.

معروف بأن دار «**أخبار اليوم**» قد تم تأسيسها ، سنة ١٩٤٤، لخدمة واشنطن ، والسراي. لذا استمرأت صحف تلك الدار التطاول على «**الوفد**»، والزعم، مثلاً ، بأن **الملك فاروق** هو الفدائي الأول في قناة السويس ضد قوات الاحتلال البريطاني (١٩٥١)!

ذات مرة ، أرسل **مصطفى أمين**- الذي أُدين، لاحقًا ، بالتجسس لحساب المخابرات المركزية الأمريكية - في أحد أيام صيف ١٩٥١، كبير مصوري «أخبار اليوم»، وطلب إليه بأن يحمل آلة تصويره ،وينطلق إلى ميناء الإسكندرية، حيث يبحر رئيس «الوفد»، رئيس الوزراء المصري، آنذاك، **مصطفى النحاس باشا**، من هناك إلى أوروبا، بغرض الاصطياف. وفي اليوم التالي صدرت « أخبار اليوم»، وفي صدر صفحتها الأولى صورة للنحاس، وهو يُدلدل لسانه. وقد كُتِب تحت الصورة : «النحاس يودع الشعب»!

وقد تولت «أخبار اليوم» الوفد المصري وزعماءه بالتجريح والسخرية، لحساب السراي حينًا، ولحساب المخابرات المركزية الأمريكية دائمًا. ووصل تأثير حملة «أخبار اليوم» حد أن أخلص الوفديين كان متأكدًا من سذاجة النحاس باشا !

---

(1) معروف بأن وزير الدولة في حكومة الوفد، **حامد زكي باشا**، صرَّح، صيف ١٩٥١، حينما تحرَّكت الجماهير المصرية معترضة، بكل قوة، على التشريعات المجافية للديمقراطية، التي كان النائب الوفدي، **اسطفان باسيلي**، قد تقدّم بمشروعاتها إلى البرلمان المصري،ـ عندها صرح زكي : « لا تستطيع حكومة بيضاء أن تحكم شعباً أحمر» ! ما جعل أسبوعية « الملايين» اليسارية القاهرية تصف زكي باشا بأنه « وزير الألوان» ! بعد أن وضعت صورة الباشا بين خطين أسودين سميكين، وكأنها تنعاه . وذهبت مثلاً!

6

المصدر الصحفي

ثمة وكالات أنباء، ومندوبون للصحيفة، ومصادر خاصة. لكن على المحرر أن يتحقق بنفسه من صحة الخبر. وإلا فعليه ذكر المصدر (إلا إذا كان سرياً، أو طلب المصدر عدم ذكر اسمه).

وكالات الأنباء

أما وكالات الأنباء فوظيفتها تزويد محرري الصحف بأفضل سرد ممكن لأهم الأخبار، الداخلية والخارجية، بعمق، وتجرد، وتخصص، مع إلقاء الضوء على ما وراء الخبر.فوكالات الأنباء تعي بأنها تخدم كل الصحف، حيث تدخل في صناعة الجريدة بتقديم الأولى للثانية رسائل إخبارية، من شتى بقاع الأرض، وتسخِّر شتى وسائل النقل السريعة، تصف ما يقع، ساعة بساعة، لأن الوكالات تمتلك أكبر جهاز مخبرين. وتقوم وكالات الأنباء بنقل مواد صحافية بأكثر ما يمكن لجريدة واحدة أن تستعمله، وذلك لإعطاء الجريدة مجالاً واسعاً للاختيار بين هذه الأخبار. وتصنع الوكالة تأكيداً عن الحوادث المهمة، ولا تنسى الأحداث التي تسلي القراء. وتعالج الوكالة الأخبار بدقة، ومسؤولية، ونزاهة، وبعد نظر، وجرأة، وصحة،واتقاد ذهني، وإبداع. وهي تدرك بأن منافستها ستصرعها، إذا ما تخلفت الأولى. والوفرة في الأخبار

والتحقيقات الصحفية تساعد المحرر على توسيع دائرة معلوماته، والإلمام بما يجري في العالم.

لعل أهم وكالات الأنباء العالمية : رويترز، والأسيوشيتد برس، والفرنسية.

مصادر أخرى

بعد الوكالات والمندوبين، ثمة سائقي الشخصيات الهامة، وعمال السنترال،والسكرتيرين.

تبقى أهم الصحف الغربية، التايمز(اللندنية)، ولوموند(الباريسية)، ونيويورك تايمز، وواشنطن بوست(الأمريكيتين)، مصادر مهمة للكاتب السياسي.

7

الخــــبر

الجريدة هرم قاعدته الخبر. لذا فليس من المبالغة القول بأن الخبر هو العنصر الأكثر أهمية في صنع الجريدة، إنه الأساس الذي تقوم عليه أي صحيفة، يومية أو أسبوعية، فعلى الخبر تتأسس الأجناس الصحفية الأخرى: المقال، والتعليق، والافتتاحية، والتحقيق، والمقابلة، فضلاً عن الصورة الفوتوغرافية، واللوحة الكاريكاتيرية.

تعريف به

الخبر هو وصف دقيق لواقعة جديدة، كل الجدة، تهم دائرة واسعة من الناس. ويجب على الخبر أن يتضمن (5w,s)، أي إجابة على خمسة أسئلة، تبدأ بحرفw:(ماذا؟ what/ من؟who/ أين؟where / متى؟when / لماذا؟ why). وتبقى السادسة، التي تبدأ بـ h، وهي (كيف؟ how).

للخبر عنصران: المفاجأة، والمضمون، علماً بأن الأولى تهبط بمرتبة المضمون.

لا يجب أن يكون فوز الجريدة بالأخبار على حساب الدقة. فالمخبرون يجمعون أكداساً من المعلومات، والمطلوب أن يعرف المخبر عن صاحب الخبر ما يعرفه هو عن نفسه.

على أن مهمة **الإدارة** حفظ العمل بسيطاً، قدر الإمكان، وقائماً على النقل الجيد للأخبار، أي **الصدق**.

غني عن القول بأن في مقدمة متطلبات الخبر، الحث الفعلي بالحافز، للتعبير عن ذكاء المخبر.فالنهر لا تتجلى إمكاناته، إلا حين يولِّد قوة كهربائية، والحث الفعلي هو القوة التي تجترح الإبداع.

ما من موضوع شيِّق واحد يمكن حذف خبره. ويجب أن يتضمن الخبر الكثير من البناء، لحفظ التوازن.

علماً بأن **الأخبار الحقيقية هي الأخبار المهمة**، مع التزام **بالموضوعية**، وأعلى درجات **الدقة، والصدق، والأمانة**.

لقد ركز **نورثكليف** على دور الأخبار، ووضع الصور، وانتقاء ما يُكتب تحتها. لكنه حدد الخبر بالرجل الذي يعض كلباً ! فذهب مثلاً احتذته صحف رأسمالية عديدة. وإن ألح **نورثكليف** على كون الصحف صحفاً إخبارية، تنشر أخباراً موجزة، متقنة. فيما اهتم **هيرست** بالصور التي تزيِّن الجريدة.

فضلاً، عن **صدقية الخبر**، ثمة ضرورة لتقديمه، **ببساطة، وسلاسة، وجمل قصيرة، وباختصار** غير مخل. لذلك فلا عجب في أن الصحف إنما تشد قراءها بالأخبار، أي تتميز **بالسبق الصحفي**،في مجال الأخبار، تحديداً.

تنسم الأخبار

على المخبر أن يصطاد من مستودع الأخطار، ويعالج مواد أغرب من الخيال. يعاين المشهد، بلمحة خاطفة، ويميِّز العقدة، ويصور هذا كله للذين لم يشاهدوه، أو لم يسمعوا به، من قبل، وأن يتم تصويره **بدقه، وسرعة، وجاذبية**.

إن المخبر مخلوق مدهش، صادق في علاقاته، متفرد في أسلوب حياته، يتكهرب،

عند وقوع الحدث، وينتفض، تأهباً للمطاردة، والتقاط الأخبار. بعد أن كان عرف كل كوَّة وثقب. إنه أسرع من فكَّر بالأحداث الصحافية، وفي الضغط على الزناد، سريع الطلقات، فالمطبعة لا ترحم.

يقدم المخبر الاجتماعات السياسية المملة، وكأنها صور فوتوغرافية، جميلة، ودقيقة. حتى أنك تتمنى لو كنت حضرت الاجتماع بنفسك، لتستمتع بما دار فيه!

إن الصحفي هو أكثر المخلوقات لُهاثاً وراء الحقائق، ولا يسمح لنفسه بالفشل، وعليه الإلمام بالحياة، من شتى جوانبها.

طريقة كتابتها

ما من قارئ يقرأ الجريدة«من الجلدة للجلدة». وقد اجتذبت الفضائيات القراء، وأبعدتهم كثيراً عن الصحيفة وأخبارها، ما ضاعف مهمة الصحافي، وزادها تعقيداً، في سبيل اجتذاب القارئ إلى الخبر المنشور في الجريدة. حيث أصبح على الصحافي تقديم **عنوان للخبر**، ومقدمة من شأنهما جذب اهتمام القارئ. على أن يبدأ الصحافي بأكثر جوانب الخبر تشويقاً.

في المقدمة يتم إيجاز الخبر، وفي التفاصيل يجري تقديم عرض توضيحي للمقدمة، بنسق محكم، وتحليل رصين. فالأخبار في أمس الحاجة إلى **الاختصار، والتشويق،** وتحري **الدقة.**

وبعد، فلا تدعهم يخدعونك بالقول إن الصحيفة تُقدِّم الأخبار بحياد. أليس في مجرد انتقاء الأخبار انحيازًا ؟! ناهيك عن أن تبهيت جوانب في الخبر، أو إهمالها، مقابل تضخيم جوانب أخرى ، هو انحياز ، بامتياز.



8

التحليل الإخباري

لا يجوز الوقوف عند سطح الأحداث. فكل خبر جاد، جدير بالتفسير ، لتسهيل فهمه على القارئ، وذلك **بإضافة خلفية تاريخية** للخبر، تُلقي حزمة من الأضواء على جذوره، وتغذيه **بالمعلومات**، بما يساعد القارئ على الإحاطة بشتى جوانب الخبر، وما وراءه.

معروف بأن الأخبار المجرَّدة لم تعد تجذب القارئ، الذي يريد أن يشبع فضوله بإجابات شافية عن: كيف؟ ولماذا وقع الحدث المعني ؟ إن القارئ يتطلع للإلمام بما وراء الخبر، قصة الخبر كاملة. فقيمة الخبر لا تتجلى إلا إذا تم تفسيره، بما يضعه في سياقه الصحيح.

التفسير غير التعليق، حيث يُلقي الأول الضوء الكافي على الأخبار، في سبيل توضيحها. أما التعليق فيُبدي الرأي في هذا الخبر أو ذاك.

في عالم اليوم لم يعد ثمة وجود للأخبار المجردة. ويجب الحذر من التفسير الذي توره وكالات الأنباء للخبر، فمثل هذا التفسير ينطوي على توجيه معين، يتفق واتجاه الوكالة المعنية.

ثمة مثال في هذا الصدد :

الخبر: إسرائيل تشن حملة جديدة للسلام.

التفسير: لماذا تشن إسرائيل هذه الحملة، الآن؟.

الرأي: يجب مقاومة كل حملة من جانب إسرائيل.

ثمة مدرسة تشدد على ضرورة تحديد الخط الفاصل بين الخبر والرأي، أخذاً بالديمقراطية. على أن ثمة فروقاً لا تخفى على الصحفي الذكي بين التفسير والتبرير، الأول لتأكيد الموضوعية، وصحة الخبر. فيفرق ناقل الخبر بين رأيه الشخصي والوقائع المجردة.

كل خبر يمثل مشكلة عامة، أو حدثاً سياسياً، أو اقتصادياً.

لأن الخبر يتضمن أموراً كثيرة في حاجة إلى تفسير، فإن التفسير الكامل للخبر يشتمل على عناصر ونقاط كثيرة. كوصف الجو العام المحيط بالحدث، أو أماكن حدوثه، ووصف شخوصه، ومعلومات عن تاريخ، وجغرافية، وسياسة القطر الذي وقع فيه الحدث، فضلاً عن النتائج والآثار المحتملة، والربط بالأحداث المتشابهة، في قطر واحد، أو أقطار عدة، في أزمنة مختلفة.

| 9 |

فن المقال السياسي

تم اشتقاق كلمة المقال – كما هو واضح– من فعل القول. لكن الشأن اللغوي لا يعنينا هنا ، بل إن ما يعنينا هو تكنيك المقال. و«القول» هنا يُقصد به الكلام المفيد، كلام ذو وزن، معتبر، وليس «أي كلام».

يعتبر المقال أحد الأنواع الصحفية، التي تتناول ظاهرة سياسية بالتحليل، من زاوية محدَّدة، بغية تأكيد، أو دحض وجهات نظر معينة.

على ألا يزيد حجم المقال السياسي، عن ثمانمئة كلمة ، لا أكثر.

كما يجب مراعاة طبيعة قُرَّاء الدورية، والتوقيت، والحيِّز المخصص للمقال في الدورية.

إن على الكاتب السياسي وضع الظاهرة المعنية في سياقها التاريخي، والاقتصادي، والاجتماعي، والسياسي، ملقيًا الضوء علي دلالات هذه الظاهرة، ومحدداتها، فضلاً عما يؤثر في هذه الظاهرة، ويتأثر بها – سلباً وإيجاباً– من المتغيرات والظواهر الأخرى. بما يحث القارئ علي البحث عن كنه هذه العوامل، السلبية منها والإيجابية، على حد سواء. هكذا، نبدأ ببعد تاريخي، واستعراض للراهن، مع استشراف للمستقبل.

يُلبي المقال السياسي احتياجات الشعب ، الفكرية ، والسياسية ، والاجتماعية . ولعل من فضلة القول بأن المقال السياسي يسهم في بلورة الوعي السياسي للمواطن، ويحث علي الانخراط في الأنشطة السياسية ، والفكرية ،والثقافية للحزب، الذي يقوم على إصدار الصحيفة. ناهيك عن الدور الملحوظ الذي تلعبه الصحيفة في تربية المواطنين، سياسيًا، وفكريًا، وإعدادهم للنضال في سبيل الشعب والوطن.

مع مراعاة بأن ليس كل من يشتري الصحيفة يقرأها، فضلاً عن أن ستة أشخاص يقرؤون النسخة الواحدة من الصحيفة، التي سبق لمدير تحرير صحيفة «الطان» الباريسية أن قال فيها : « إنها تُكتب، وتُطبع، وتُقرأ، وتُنسى في أربع وعشرين ساعة» ! مما يعني بأن على محرري اليومية، الوعي بأن على صحيفتهم العيش مع قُرَّائها ٢٤ ساعة، فيما على الأسبوعية، أن تعيش معهم أسبوعًا ... وهلم جرّا. ناهيك بأن على كل دورية أن تجعل من نفسها محط اهتمام كل أفراد الأسرة.

الوظيفة

يربط المقال السياسي القراء بقضايا الوطن والشعب – فالمقال السياسي داعية ومحرِّض ، علي نطاق واسع – ويحثهم على التفكير السليم ، فضلاً عن أن المقال السياسي يسهم في بلورة معايير كُفاحية، وينير الطريق للقراء، كي يتحركوا في الاتجاه الصحيح ،كما يسهم في التعبئة السياسية،وكسب أعضاء جدد للحزب صاحب الجريدة.

لذا ،على الكتاب ال ياسيين أن يتصدوا للقضايا التي تهم أوسع دائرة من الشعب ، مراعين طبيعة قراء الدورية، ومستواهم الثقافي. فالمقال السياسي الجيد هو الذي يحفِز ،ضمناً ،القراء على مزيد من القراءة ،والاطلاع.

تاريخ المقال السياسي

مر المقال السياسي في وطننا العربي بأربع مراحل، على مدى أكثر من قرن، على النحو التالي:

١. **المقال التحريضي**: وهو الذي ظهر مع احتلال بلادنا من قِبل الاستعمار الغربي ، وكان يمكن قطع المقال من الصحيفة، وإلقائه في أي تجمُّع جماهيري، فيقوم المقال مقام الخطبة السياسية، هنا.

٢. **المقال التقدمي**: حيث أخذ بعض الكتَّاب السياسيين يقلدون الكتاب السوفييت، في فترة الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ ـ ١٩٤٥)، لكن الكتاب التقدميين العرب سرعان ما أكسبوا مقالاتهم قسمات مستقلة.

٣. **المقال التعقيبي**: بعد الانقلابات العسكرية، التي عرفتها بلادنا، غداة نكبة ٤٨ الفلسطينية، تم التضييق على حرية الصحافة، وحيل بين الصحفي وبين استشراف المستقبل، أو المطالبة بالقيام بعمل معيَّن، بل كان على الصحفي أن يُحبِّذ العمل، بعد أن يقوم به النظام العربي الحاكم.

٤. **المقال العصري**: الذي يمزج ما بين التقرير والمقال، ويتعمّق فيما وراء الخبر، فضلاً عن قليل من الرأي.

بناء المقال

١. **استعراض مقتضب** للموضوع المنوي بحثه.

٢. **ربط** هذا الموضوع بما يحيط به من متغيرات، وظواهر،تؤثر به، ويؤثر فيها (التأثير المتبادل).

٣. **تنبؤات** بما سيؤول إليه الموضوع ،أو **حلول تُقترح**، إذا كان الموضوع مشكلة، أو **استنتاجات** عامة، أو مزج عاملين أو ثلاثة معاً.

ماهية المقال

يعرض المقال للوقائع -على عكس التعليق- بعد ربطه بالظاهرة المدروسة، وصولاً إلى الخاتمة المنطقية ،مخاطباً العقل والعاطفة، في آن .

تُشكِّل جميع بنود المقال وحدة ديالكتيكية ،لا تُفهم، إلا من خلال ارتباطها، وتأثيراتها المتبادلة:

١. **الاستهلال المشوِّق،** يجذب القارئ إلى الموضوع.
٢. الاستناد إلى **حجج وبراهين،** ودحض الفرضيات المعادية الخاطئة.
٣. **إصدار حكم،** واستخلاص **استنتاجات،** تقديم الحل للمشكلة المعنية.
٤. وأخيراً، **نتيجة العرض،** أو الخاتمة.

خطوات الكتابة

١) بعد تحديد الموضوع، نعمد إلى الدخول على **الإنترنت،** والتفتيش تحت اسم الموضوع، وأخذ ملاحظات على الورق.

٢) الدخول إلى **قسم المعلومات (الأرشيف)** في الصحيفة، والتنقيب في ملفات الموضوع ،وكتابة الملاحظات و البراهين على الورق.

٣) قراءة **الكتب** الخاصة بالموضوع، بالطول، من باب السرعة ،وأخذ ملاحظات.

٤) لا بأس من سؤال **متخصص،** أو أكثر ،لإغناء الموضوع.

٥) جمع المواد، وفرزها، وانتقاء الضروري منها.

٦) بعد قراءة الملاحظات، تتم **بلورة رؤوس أقلام،** تماماً كما كنا نفعل في موضوع الإنشاء في المدرسة، ونحن تلاميذ.

٧) الاهتمام ببلورة رؤية، إذ بدونها نكون نعمل بأسلوب «قص ولزق»، ولا

نضيف جديداً.

٨) تمحيص المقال، وتنقيحه، وصولاً إلى تجويده.

٩) ترك ٥ , ١ سم على اليمين، و١ سم على الشمال، وترك سطر بين كل فقرة وأخرى.

١٠) إذا استعصى الربط في المعنى بين فقرتين، هنا يصبح العنوان الجانبي حتمياً.

سمات المقال الجيد

١. التوقيت الدقيق والمناسب للحدث موضوع المقال. بحيث يكون موضع اهتمام قطاعات واسعة من الناس، وتحوم حوله أسئلة كثيرة، في حاجة إلى إجابات.

٢. لعل خير مقال، ذلك الذي يُشفي غليل الناس، ويُطفئ تعطشهم لحقيقة أمر ما، تدور في أذهان الناس أسئلة عدة حوله، لا يجدون لها إجابات. ويأتي الكاتب السياسي، فيقدم إجابات شافية، صحيحة، مقنعة لكل تلك الأسئلة. الأمر الذي يحتم بقاء الكاتب السياسي على تواصل دائم مع شتى الطبقات والفئات الاجتماعية، فضلاً عن كل ألوان الطيف السياسي في مجتمع الكاتب.

٣. العنوان البسيط المكثَّف ،والجذاب، مع تجنُّب الإثارة المفتعلة.

٤. استهلال مشوِّق للمقال، دون الإثارة على حساب الحقيقة.

٥. جملة بسيطة ، قصيرة ومعبِّرة.

٦. تجنب المصطلحات، ما أمكن، ومعها الحشو ،والخطابة.

٧. الحذر من الانزلاق إلى المقال المستخدم (second hand) [1].

(١) تماماً كالملابس المستخدمة. إذ يحدث أن يقرأ أحدهم مقالاً، فيُفتن به ،لدرجة تجعله يعيد كتابته بالأفكار نفسها ،ولكن بمفرداته هو. وحين يطلع القراء على المقال يتأكدون بأنهم سبق أن قرؤوه في مكان آخر.

٨. **تجنب المقال العام** (الذي يتحدث، مثلاً، عن أن العالم على شفا الحرب، ففي كوريا كذا، وفي ألمانيا كيت، وفي الشرق الأوسط ..كيت وكيت ...الخ).

٩. **عدم استخدام المترادفات، والاهتمام بالترابط**، والحذر من عطف الماضي مع المضارع، مثلاً، فكل فعل يعطف على فعل في زمانه .

١٠. ومن المهم بمكان تضمين المقال **أخبارًا جديدة**.

١١. على أن ترد هذه الأخبار متوارية في المقال ،حسب نظرية **«جبل الثلج»**، الذي لا يظهر منه فوق الماء سوى سُبعه، فيما يختفي تحت الماء سِتة أسباعه، والتمويه هنا ضروري، لعدة اعتبارات:

فأولاً: القارئ لا يحب الكاتب الذي يتخذ موقع المدرِّس أمامه، فيتباهى بما لديه من أخبار ومعلومات.

وثانيا: ثمة قراء من كبار المسؤولين، المطلعين على ما يفوق ما اطلع عليه الكاتب من أخبار ومعلومات. هنا سيستخِفون بما يعرضه، علناً، من أخبار لديه في هذا الصدد.أما إذا موَّه الكاتب أخباره، فسيبذل كبار المسؤولين بعض الجهد لاستخراج بعضها من بين ثنايا المقال.فيما يدركون بأن ثمة أخبارًا أخرى ، لم يسعفهم الوقت لاستخراجها.مما لا يجعلهم يستخفون بالكاتب وأخباره.

وثالثاً: إذا ما بذل القارئ جهدًا حقيقيًا في الاستدلال على الأخبار المُضمَّنة في المقال ،عندها سيشعر هذا القارىء بأنه شارك في صنع المقال، بكده وعرقه، وبالتالي يصبح مهيئاً لتبني ما جاء فيه من مواقف وأفكار.

١٢. **الاهتمام بالترقيم** (نقطة، والفاصلة، والفاصلة المنقوطة....الخ).

١٣. **النزاهة في إصدار الأحكام ،والموضوعية في التعامل مع المواقف والأحداث ، وتجنب المبالغة والتهوين** ، في آن.

١٤. التعامل مع الأحداث والمواقف كل بقدر حجمه. على أن ينعكس هذا التقدير على حجم المقال ،أيضاً.

١٥. الوضوح والتحديد، وتجنب التعويم، والتعميم.

١٦. على الكاتب أن يحاول إكساب مقالاته فرادة، تميِّزها، وتميِّزه عن غيره من الكتاب، ولكن دون افتعال، أو تكلف. ولا يتأتى هذا إلا بالاهتمام بالمنهج ، والأسلوب ،وإضفاء نكهة خاصة على ما نكتب؛ بالإفادة من تجاربنا الخاصة في الحياة ، ومطالعاتنا.

١٧. التمسك بالكياسة، وعدم إصدار الأوامر، والأحكام القاطعة، المفتقرة إلى الحيثيات.

١٨. كل فقرة مقدمة لما بعدها ،ونتيجة لما قبلها، ولا يتم الانتقال من فقرة إلى أخرى، إلا عند الانتقال من زمن إلى آخر، أو من مكان إلى آخر، أو من حالة إلى أخرى.

١٩. للخاتمة أهمية لا تقل عن الاستهلال، من حيث التشويق، وتكثيف لأهم الأفكار الواردة في المتن، وإشعار القارئ بأن الموضوع قد أُقفل، تمامًا كما يحدث في حال هبوط الطائرة في المطار، بالتدريج.

٢٠. التنقيح والتجويد، بإجراء ست مراجعات للمقال المكتوب ، قبل تسليمه للصحيفة .

٢١. الكتابة بخط جيد، جميل، مع ترك هامشين على اليمين والشمال (٥ , ١ سم ، ١ سم ،على التوالي)، وفراغ في بداية كل فقرة.

٢٢. أن لا يرتفع المقال عن مستوى القارئ المتوسط ، أو يهبط كثيراً عن مستوى القارئ الممتاز. حتى لا يعجز الأول عن فهمه في الحالة الأولى، أو يمل منه القارئ

الممتاز، ويضجر من تسطيح الكاتب للأمر.

٢٣. الحذر من **التفكير الإرادوي**، الذي يتغافل عن الوقائع العنيدة، تماماً مثل **تحليل الأماني**، حيث يكتفي الكاتب باعتماد أمانيه دون غيرها، ومثله **تحليل السجن**، الذي يزيد عن التحليل الثاني بالافتقار إلى المعلومات الخاصة بموضوع المقال، وكل ماله صلة بهذا الموضوع.

10

التعليق والافتتاحية

نحن هنا أمام جنس صحفي(*) واحد ،لا جنسين ؛ أو- إن شئت الدقة - توأمين.

أولاً: التعليق :

عندما يدخل الشخص إلى بيته ، في يوم قائظ ، حثيثًا ، يبحث عن المكان ، الذي يعلق عليه ملابسه.

الصحفي كذلك يبحث عن فرصة، يعلِّق عليها وجهة نظره.

فمهمة التعليق تقديم رأي واضح ، صريح ، إزاء حدث ، أو واقعة ؛ منطلقاً من الواقعة نفسها؛ ليقدم الرأي، من خلال إلقاء مزيد من الضوء على واقعة معروفة، حدثت مؤخراً، أو الكشف عن علاقة هذه الواقعة، أو جملة من العلاقات، مع غيرها من الوقائع.

بمعنى آخر، التعليق هو الذي يقدم الخبر في إطار من الرأي. وقد يكون مناقشة لرأي مضمَّن في الخبر نفسه، لذا عادة ما يكون مواكباً لخبر منشور، أو متداول. وينحصر التعليق حول نقطة محددة.

(*) الأجناس الصحفية أنواع (أو صيغ) تعبيرية، لها بنية داخلية متماسكة، وتتسم بالثبات، والاستمرارية، وتعكس الواقع، بشكل مباشر، واضح، وسهل(المقال، التعليق، التحقيق، التقرير، المقابلة الصحفية ....الخ).

إلى ذلك، يتفاعل التعليق مع بقية الأجناس الصحفية ، وصولاً إلى إحداث تأثير قوي فعال في القراء . وما إجراء المقارنة مع وقائع أُخرى إلا بهدف توعية القراء بالأسباب، والعلاقات المترابطة ، والأغراض ، والمسببات ، والأساس التاريخي للواقعة الجديدة.

على أنه لا يتم اللجوء إلى التعليق ، إلا إذا كان الخبر، أو التقرير ، قاصراً عن إفهام القراء، بصورة كاملة، دلالات هذه الواقعة، أو إذا كانت الواقعة الجديدة أتاحت الفرصة لنبش القديم، وتعميقه لدى القراء.

يشغل التعليق مابين ٣٠-٣٥ سطراً .

تتحقق مهمة **التعليق** بواسطة الموضوع ، وطريقة العرض ، ومضمون المعلومات حول حادثة ما ، وكفاءة الكاتب ، وأصالته . وهذه المهام هي:

أ- **عرض واقعة**، أو جملة من الوقائع، بُغية التوجيه من خلالها؛

ب- نقل **جوهر المعلومات** ، باقتضاب ؛

ج- توضيح **رأي الكاتب في مدى أهمية الواقعة**، وما سيترتب عليها؛

د- **التعبير عن مصالح وطموحات الشعب**.

ويقوم بناء التعليق على :

١- الإطلاع على تفاصيل الواقعة؛

٢- **كشف دلالاتها**، وتوضيح ملامحها؛

٣- **ربطها بالأحداث الأخرى**، عبر المقارنة ، والكشف عن أسباب الواقعة ،من سوق الأدلة والبراهين؛

٤- **تفنيد الآراء المعادية**، بصدد هذه الواقعة؛

٥- الوصول إلى النتيجة العامة، وقد تكون على هيئة سؤال.

خطوات الكتابة :

١- جمع المواد الصالحة كبراهين ، وفرزها ؛

٢- وتأسيساً عليها ، يتم وضع رؤوس أقلام للتعليق ؛

٣- تحليل كل الوقائع (الروابط ؛ الأسباب ؛ الخلفية ؛ المسببات ؛ النوايا ...الخ)، ومن ثم انتقاء الأدلة والبراهين ؛

٤- الرسو على الأسلوب الأكثر تعبيرًا ؛

٥- اختيار المفردات، وطريقة الكتابة، والتوقيت، مع مراعاة طبيعة قراء الصحيفة؛

٦- الكتابة، فالمراجعة .

ثانياً: الافتتاحية :

الافتتاحية تعليق يتميز عن سائر التعليقات، بما يلي:

(أ) تكون حول الواقعة الأهم (من وجهة نظر الصحيفة ، أو حزبها).

(ب) يتسم أسلوب كتابتها بالفتور العلمي.

(ج) يتم توقيعها باسم الصحيفة، وليس باسم كاتبها؛ ذلك أن مهمتها التعبير عن الاتجاه الرئيسى للحزب، الذي تنطق الصحيفة باسمه، أو اتجاه الصحيفة ، إذا كانت مستقلة.

(د) حجمها موحَّد في كل الأعداد،إلا في الأحداث الاستثنائية والمهمة، حيث يمكن لها أن تحتل مساحة أكبر، بما يتفق وأهمية الحدث.

11

التحقيق الصحفي

توجيه سؤال رئيسي واحد إلى مجموعة من الناس، ثم تتفرع عن ذاك السؤال أسئلة أخرى.

ينطلق التحقيق الصحفي من الواقعة إلى الظاهرة، أو القضية العامة، بعرضها، وتحليل معطياتها، وشرح شتى جوانبها، واقتراح حلول لها.

إنه موازٍ للتحقيق الجنائي، الذي تجريه النيابة في قضية ما. أي أن على الصحافي متابعة مشاكل الناس، والتوقف عند كل ما يشكل قضية منها. فيبدأ الصحافي بالشاكي، ويأخذ أقواله، وينتقل إلى المشكو في حقه، لمواجهته بالشكوى. بعدها يقارن الصحافي بين أقوال الطرفين، ويكتشف التعارض بينها، ويمحِّص المواد المتعارضة، ولا بأس من لجوئه إلى طرف محايد، ويفضَّل أن يكون خبيراً في موضوع الشكوى. الأمر الذي يتطلب صدقية ونزاهة عاليتين في الصحافي الذي يجري التحقيق.

يُفضَّل تعزيز التحقيق بصور فوتوغرافية، وإحصائيات.

طريقة كتابته

بعد جمع الحقائق والأحاديث اللازمة، لا مفر من وضع خطة لكتابة

التحقيق، على النحو التالي:

١- مقدمة مشوِّقة. فما دام كاتب التحقيق الصحفي لا يعمل في الأخبار، إذا أمامه مجالاً واسعاً لاختيار الاستهلال الأفضل، والأسلوب الواضح البسيط.

٢- عرض موضوع التحقيق.

٣- طرح مختلف وجهات النظر في القضية المطروحة.

٤- الخلاصة، أو الاستنتاجات.

لا مفر، أحيانًا، من تنظيم حملات صحافية للصالح العام. بالاعتماد على معلومات دقيقة ، وتفكير أكثر مما يحتاجه التجريح .علمًا بأن اكتشاف الخطأ أمر سهل على أن من الصعب تقويم ذاك الخطأ .

الحملة الصحافية : سلسلة من الجهود الدؤوبة ، عبر شتى الأجناس الصحفية ، لطرح قضية بعينها على الرأي العام ، حتى يهتم بها ويتبناها . وقد تمتد الحملة لما يربو على العام .

إلى ذلك تتطلب الحملة :

أولاً : توفير قاعدة واسعة من المعلومات المؤكدة .

ثانيًا : تحديد الفئة المستهدفة بالحملة .

ثالثًا : رصد الطرق الساكنة والأخرى المعيقة للحملة .

رابعًا وأخيرًا : تكليف فريق صحافي مؤهل لشن الحملة .



|12|

التقرير الصحفي

يهتم التقرير(الريبورتاج) بتصوير الحياة الإنسانية، وربطها بمجمل الإطار المجتمعي، في المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والثقافية.

وذلك برصد جذور الحدث، و ذيوله، وتداعياته، وآثاره(عما إذا كان ترك ندوباً)، وأهميته.

لابد أن يكون الحدث قريباً، في الزمان.

على كاتب التقرير استخدام نوعين من المعلومات، أولهما معروف، بهدف دعم تحليل كاتب التقرير، والنوع الآخر جديد.

التقرير لماذا وكيف؟

يحاول المخبر بقصته الخبرية، فضلاً عن السرد البسيط، أن يُحدث تأثيرات ثلاثة: أولها **الأسلوب** الذي يستوعبه القارئ تماماً، بكل المعلومات الواردة في القصة، وثانيها **التشويق**، وآخرها **إثارة العواطف والدهشة**. مايجعل من المخبر الصحفي قاصاً، وشاعراً، ومسرحياً، في آن.

أما **اللغة العملية**، فهي التي تلائم كتابة الأخبار. **فالسرعة**،

والبساطة لا تتركان مجالاً للكتابة الرفيعة، وهذا هو جوهر القصة الإخبارية المكتوبة جيداً. والمخبر مثل رجل في طائرة، يراقب نهراً عاصفاً، من تحته. إنه كالمهندس، الذي يتصور كل أجزاء الآلة، وهو الوحيد الذي يستطيع أن يجمعها، ويحركها. والمخبر الذي يرى القصة بتفاصيلها، هو الوحيد القادر على الإلمام بأقصى حد منها.

ما الذي يجب أن يعرفه القارئ من القصة؟ وبأي ترتيب؟ ما قيمة شتى التفاصيل؟ يُنتظر من المخبر أن يعرف القواعد في قصته، ويقول لماذا فعل ما فعل؟ ومتى؟ وأين؟ ولماذا؟ مثلما يستعرض مخبر خطاباً، ويختار عنصراً واحداً فيه، فيبرزه، ومعه الأسئلة المبينة أعلاه.

مع ملاحظة أن القصص ذات البعد الواحد نادرة.

في حال واقعة عن شخصيات مهمة، علينا أن نجعل **التعريفات قصيرة**، أو أن نُرجئها إلى الفقرة الثانية. وأحياناً التعريف يقوِّي **الاستهلال**(فلان الذي كان مليونيراً، مات مفلساً). الاستهلال يُبلوِر، في جملة واحدة،الحقائق الأساسية للقارئ، الذي يكتفي بقراءة الأسطر الأولى فحسب.

الخلاصة: أن ثمة عناصر جيدة للبدء بقصة إخبارية، ربما الحركة، أو الشعب، أو تناقض، أو غموض، بعد أن يتعامل المخبر مع تحريره، ككل، يختار الاستهلال.

لعل من فضلة القول **بأن الغلو يهلهل بناء القصة**، ويزيد من خطر تحيُّزها. **إبقِ آراءك الشخصية بعيداً، وتجنب تقديس الأشخاص، ولا تنمق الكلام، واكتب بعزم**، وسرعة، وقوة. صِف خبرك بلغة سهلة. وإياك أن تبدو فيلسوفاً، أو واعظًا .

مع ملاحظة أن ثمة نهم للأخبار الخفيفة، دون أن نكل من جمع الأخبار المهمة.

بجملة واحدة، **كل مخبر هو آله تصوير إخبارية.**

|13|

المقابلة الصحفية

تتم - بترتيب مسبق - مع شخصية ذات حيثية، بقصد تقديم معلومات، أو آراء، ذات شأن عن الشخصية المعنية. وتكون المقابلة حول موضوع واحد، أو موضوعات عدة. وبعضهم يسميها «جولة في عقل فلان».

مما يحتّم على الصحافي الإلمام التام بسيرة الشخصية المعنية، ومواقفها، وكتاباتها. وهنا يكون التحضير الجيد للمقابلة، التي يجب أن يتحلى الصحافي خلالها بالكياسة، والفطنة، وسرعة البديهة.

طريقة الكتابة:

١- من هو الشخص صاحب المقابلة،وحيثيته؛ عمله، خلفيته الفكرية، والسياسية، وهواياته.

٢- محور المقابلة.

٣- لقاء واحد، أم مجموعة لقاءات.

٤- أما طريقة تحرير المقابلة، فرهن بالهدف منها، وبحجمها.

٥- تتضمن المقدمة إيجاز المقابلة، خاصة المعطيات الجديدة، وتكون بصيغة الماضي في الصحف اليومية، وبصيغة المضارع في

الأسبوعية، والشهرية، والفصلية. ويبقى المضارع للرأي، لأنه لا يتغير.

وبعد، فإن المحرر أبعد ما يكون عن آلة التسجيل أوالكاميرا، وعليه ألا يقع في إسارهما، بل يُخضعهما لشروط المقابلة.

14

الكاريكاتير السياسي

مفيدة وممتعة هي الأعمدة الساخرة، والمعالجات الترفيهية المرافقة للأخبار. وللكاريكاتير غايتان: جذب القراء نحو التعليقات، ومقالات الرأي، وتفسيرها بالصورة البسيطة، وهي أفضل الهزليات. إنها مداعبة عملية، وحياة تمرينية بين العين والكلمات.

لم يولد الكاريكاتير السياسي ليسد خانة ترف، أو ليحتل مكانه فى وسائل الترفيه، كما أنه ليس شأنًا جمالياً بحتاً، بل سلاحاً لا يُثلم، تستقوي به مختلف الطبقات الاجتماعية، والقوى السياسية المعبِّرة عن هذه الطبقات، فضلاً عن حركات التحرر الوطني، التي تُشهر هذا السلاح في وجه مستعمريها.

إذا كان الفن وسيط توعية وتعبئة، في آن، فإن الرسم هو الفن الأقدر على عكس الواقع الموضوعي، بديناميكية، على ما يذكر عبده الأسدي وخلود تدمري، فى كتابهما الممتاز« دراسة في إبداع ناجي العلي» .

لقد أدى البون الشاسع بين طموح الإنسان وبين واقعه المرير، إلى ظهور الكوميديا، التي أفزعت الكنيسة الأوروبية، فى حينه، فاعترضت عليها، وأثّمتها. ولم تحقق الكوميديا نهوضاً حقيقياً، إلا فى

عصر النهضة، مع انتصار الرأسمالية، وأفكارها التحررية، التي اجتاحت أوروبا الغربية، في ما بين أواخر القرن الثامن عشر، وبدايات القرن التاسع عشر.

تعريفه

اشتُقَّت مفردة«كاريكاتير» من الكلمة اللاتينية « كاريكاه»، وتعني الصورة المبالغ في معالمها. كما أن الكاريكاتير حميم الصلة بالكلمة الإنجليزية (Charactre)، وتعني الشخصية. وكأن الكاريكاتير يكشف خبايا الشخصية. فيما المبالغة عنصر ثانوي في الكاريكاتير، توظَّف في التعبير عن المحتوى الفكري، والموقف السياسي، ليس إلا؛ حيث تعكس المبالغة الانطباع الذي يريد الرسام إيصاله إلى المتلقين، بحيث تعبِّر ملامح كل شخصية عما تزخر به نفسها، من شر أو خير.

إن الكاريكاتير جنس صحفي متميز، يعتمد على الخطوط، أو الديالوج، أو كلاهما معاً؛ هادفاً إلى التاكيد على المفارقة. إنه فن جماهيري، يخاطب شتى الطبقات والفئات الاجتماعية، ويعمل على توعيتها، وتحريضها، في آن، فضلاً عن التسرية عنها، وتعميق الحس الجمالي لديها. فيما يستحيل على الرسام الزعم بأن « لوحته تُغني عن ألف كلمة، إلا بعد ان تجمع اللوحة بين القبول العام، وبين استيعاب الكلمات التى يتلاعب بها الرسام». إلى ذلك، لطالما اغترف الكاريكاتير من التراث الشعبي، أو الموروث، فأنطق بها الرسام شخوصه.

معروف بأن وظيفة الكاريكاتير السياسي هي التعبير عن مواقف سياسية، فى لوحات مكثَّفة، بسيطة، دون تسطيح. وحتى يؤثر الرسام في القارئ، على الأول اللجوء إلى المبالغة في الرسم والكلمات، فى آن. كما أن الرسام يحقق المبالغة فى صوره الهزلية، دون تخطي الذوق العام.

لعل من فضله القول بأن الرسم الجيد يعني البساطة، والتوزيع الموفق للضوء،

والظلال، على الصفحة الأولى من الجريدة.

قبل نحو خمس وخمسين سنة، صدر لرسام الكاريكاتير المصري الشهير، **عبد السميع عبد الله**، كتاب ضم مجموعة من لوحاته الكاريكاتيرية، حمل اسم « **أبيض وأسود**». وقدم الكتاب الروائي المصري المرموق **إحسان عبد القدوس**، فوصف الرسام **عبد الله** بأنه شيطان! وفي المقدمة حصر **عبد القدوس** تعريفة لفن الكاريكاتير في مكونين اثنين، هما: الفكرة، والسخرية، بعد خطوط الرسم، بالطبع.

مع مرور الأيام، تطور عن فن الكاريكاتير فرع «الكارتون»، الذي يضم عدة لوحات متسلسلة عن حادثة واحدة، أو موضوع واحد.

يعرّف **الأسدي وتدمري** الكاريكاتير(caricature) بأنه فن الكوميديا أو المأساة، يستعمل الخطوط، ويضيف إليها – أحيانًا- الحوار. وتشكل السخرية عماده وأساسه. أما المبالغة فأداته، وهو يعتمد البساطة والتشويق.

بعد الحرب العالمية الثانية(١٩٣٩ - ١٩٤٥)، استحال فصل الكوميديا عن التراجيديا، فتداخلا، وامتزجا، إلى حد بعيد. فاستحدث « التراجيكوميدي». ذلك أن سقوط عشرات الملايين من البشر قتلى،تحت عجلات تلك الحرب، صعَّب الأمر على الفنان والمبدع، إذ أن تراجيديا تلك الحرب فاقت كل تصور، مما اضطر المبدعين إلى استحداث نوع هجين، تداخل فيه التراجيدي مع الكوميدي، مما أعطى دفعة جديدة لفن الكاريكاتير.

جذوره

يُجمع المؤرخون على أن قدماء المصرين،هم روَّاد الكاريكاتير السياسي، حيث بدؤوه، منذ زهاء أربعة الآف سنة. وقد حفلت أوراق البردي والمسلات الفرعونية بلوحات كاريكاتيرية، بالغة الدلالة، مثل الذئب الذي يرعى الأوز؛ والأسد الذي

يلعب شطرنج مع الحَمَل؛ وفرس النهر الذي يقف على رأس شجرة، بينما يحاول طائر الصعود على الشجرة، بواسطة السلَّم ! إلى جانب أسرى على هيئة « حزمة بصل»، يحملهم فرعون من شعرهم، ويوسعهم ضرباً بالسوط. ولطالما طبعت الميثولوجيا تلك اللوحات ببصماتها.

إن ثمة من يرى فى الفنان الإيطالي الشهير **ليوناردو دافنشي** (١٤٥٢- ١٥١١) أباً للكاريكاتير السياسي في العصر الحديث. ومنذ النصف الأول من القرن السادس عشر، بُدئ في استخدام الكاريكاتير السياسي، حيث وظفه الزعيم الديني الألماني الذائع الصيت، **مارتن لوثر**، في دعوته إلى التحرر من الفاتيكان. ثم انتقل الكاريكاتير إلى هولندا، منذ أوائل القرن السابع عشر، قبل أن يشيع الكاريكاتير فى إنجلترا، ابتداء من القرن التالي، وإن كان في بدايته مبتذلاً، رخيصاً؛ ولطالما استُخدم في التشهير. على أن هذا الفن لم يتطور، إلا بعد الثورة الفرنسية، قبل ما يربو على القرنين، وسيادة أفكارها التحررية، في شتى أنحاء أوروبا. لذا يُعتبر الفرنسي **أندريه دوميه** (١٨٠٨- ١٨٧٩) واضع أساس الكاريكاتير السياسي الحديث، الذي استقوى بالطباعة، وتعزز، بعد التوصل إلى طباعة (الليثوجراف). وظهرت أول صحيفة هزلية، في فرنسا، في عام ١٨٣٠، وهي «**الكاريكاتير**»، وتلتها صحيفة «**شاريناي**»، وقد أصدرهما **فيليبون**. وبهما يمكن التأريخ للكاريكاتير الحديث. وقد لعب الكاريكاتير دورًا مؤثرًا في حرب التحرير، والحرب الأهلية الأمريكيتين، على حد سواء.

في بلادنا

رغم أن الكاريكاتير بدأ، أصلاً، في وطننا العربي، فإن ظهوره في العصر الحديث، تأخر عندنا، بسبب طول أمد غياب الديمقراطية عنا، وتأخر ظهور الصحافة، الواسطة الأهم لنقل نتاج الكاريكاتير السياسي إلى الناس، ناهيك عن تراجع فن

الرسم، مع سيادة عصور الظلام في الوطن العربي، على مدى قرون طويلة.

يُعتبر **يعقوب صنُّوع** الرائد في هذا المجال، حيث أسس أول صحيفة هزلية مصورة (**أبو نضارة**)، في القاهرة، سنة ١٨٧٧، وقد حفلت بالرسوم الساخرة، عن حكم **الخديوي اسماعيل**، وخليفته **توفيق**. وتحت الاحتلال البريطاني، صدرت، في مصر مجلة «**خيال الظل**»، لحافظ **عوض**، وتبعتها «**السياسة المصورة**». وقد أخذ الكاريكاتير في مصر دفعة قوية، بثورة ١٩١٩ الوطنية. ورعت الصحف المصرية أجيالاً إثر أجيال من رسامي الكاريكاتير السياسي. وتوالى ظهور الصحف الفكاهية، في مصر، التي اعتمدت الكاريكاتير السياسي بشكل خاص. وترددت أصداء مدارس الكاريكاتير السياسي المصري فى ما حولها من أقطار، مثل سوريا، ولبنان، وفلسطين، والعراق.

أنواعه ومدارسه

تتأكد قيمة الكاريكاتير الأساسية بالمضمون، الفكري والسياسي، الذى يحمله، مكثَّفاً، في كبسولة. على أن ثمة الكاريكاتير الاجتماعي، فضلاً عن الكاريكاتير السياسي.

أما الرموز في اللوحة، فتلاعُب بالصورة، أكثر مما هو تلاعب بالالفاظ، ويوضح ذلك التلاعب معنى الفكرة، ويمهد لاختراقها ذهن القارئ. فالأفضل أن تعلق بجملة على صورة «وغد»، واصفًا إياه بالنذالة. ضع له فى رسمه الكاريكاتير ذنَباً وقروناً. كما يمكن أن توضع هالة حول رأس البطل. بيد أن ثمة خطر في استعمال الرموز، يتمثل في أن تصبح تقليدية، فتفقد بعض قوتها.

يكاد استعمال بعض أنواع الرموز، أو المجاز، في كل صورة هزلية، أن يكون أمراً ضرورياً، لأن الرمز والمجاز هما لغة اختزال جاهزة، مألوفة لكل إنسان.

حتى يأمن الرسام شر الانحدار، عليه ألا يتكئ، بكل ثقله، على أولئك الأصدقاء القدامى، في رسومه، دون أن يجهِّزهم بترتيب جديد، أو غريب.

علمًا بأن لكل رسام أسلوبه في «استيحاء الأفكار». أما الخطر الأكبر الذي يهدد فكرة الصورة الهزلية، فلعله المحرر المتطفل. لذا على الرسامين تجنب «تدخل المحررين»، قدر الإمكان. ذلك أن رسامي الكاريكاتير هم المؤهلين، أكثر من المحررين، لاستيحاء أفكار رسومهم، بسبب من تمكُّن الرسام من رموزه ومجازه. إنه يستوعب خبايا الموضوع، ويدرك معانيه المزدوجة. ويأخذ بجمع الفكرة، وشتاتها، حتى يكوِّن منها وحدة في قالب، وإذا زاد توفيقه، فإنه يقدم صورة هزلية ناعمة متقنة، بأقل الكلمات التوضيحية، وبشرح خاطف لاذع .

يتوزع الكاريكاتير إلى مدارس عدة، أهمها المدرسة الأوروبية الغربية، وهي أعرق هذه المدارس، وتعتمد البساطة في الخطوط، وتلجأ إلى التعليق والحوار. أما المدرسة الاشتراكية، فتكتفي بالخطوط، دون التعليق أو الحوار، حيث تعتبر الأخيريْن مظهريْ ضعف في الكاريكاتير، فضلاً عن أنهما يحولان دون إشراك المتلقي في استنتاج المضمون الفكري والسياسي للوحة الكاريكاتيرية، بما يجعل هذا المتلقي يخلد إلى الكسل الفكري، متكلاً على الغير(الرسام)، عازفًا عن استخدام عقله هو. أما المدرسة الأمريكية فتتوسع في استخدام الألوان، الزاهية والرمادية، وتختلف درجاتها؛ وكنظيرتها الأوربية الغربية، تُعنى بإيراد التعليق على جُل اللوحات الكاريكاتيرية، ناهيك عن الشرح والحوار.

وظائفه

تحتل التوعية والتعبئة السياسيتان رأس سلَّم وظائف الكاريكاتير السياسي، وإن بأسلوب ساخر. غني عن القول بأن الكاريكاتير السياسي سلاح طبقي وسياسي،

تشهره سائر الطبقات والفئات الاجتماعية، ضد أعدائها، الطبقيين والوطنيين، على حد سواء. وفي السياق نفسه، فإن الكاريكاتير السياسي يعمد إلى محاولة رسم ملامح مستقبل أفضل، والتبشير به. لذا يدفع الكاريكاتير المتلقي إلى أن يعايش في الخيال، ما يعجز عن معايشته في الواقع. إنه زاد فكرى وسياسي للمتلقي، يُغني له حصيلته الثقافية، وتجربته الحياتية.

على أن هذا كله لن يمنع العدو – الطبقي أو الوطني- من محاولة العمل على تزييف وعي الشعب، بالكاريكاتير، أو امتصاص سخط هذا الشعب، أو سحبه من أرض الواقع إلى سماء الخيال، والخرافات.

إلى ذلك تقوم اللوحات الكاريكاتيرية شواهد على القبور، حيث تصلح لوحات كل حقبة للتأريخ للحقبة نفسها. لذا لا مفر من أن ينحاز الكاريكاتير السياسي، طبقياً، وبالتالي سياسياً، ناهيك عن ضرورة تمتعه بالعمق. بيد أن صلاحية الكاريكاتير للتأريخ لا تتوفر، إلا إذا كان يعمل في ظل جو ديمقراطي، وإلا فالمؤرخ ملزم بالتفتيش عن الكاريكاتير السري، في أي حقبة تغيب عنها الديمقراطية عموماً، وحرية الصحافة خصوصاً.

لأن للتحريض السياسي مستويين، أولهما : فكري، يخاطب جملة قناعات وأفكار المتلقي؛ فيما يخاطب المستوى الثاني : مشاعر المتلقي، ويبذل قصارى جهده لشحذها؛ لذا أفلح الكاريكاتير السياسي فى مجال التحريض، أكثر من غيره من الأجناس الصحفية.

مصير صنَّاعه

لا ينتعش الكاريكاتير السياسي إلا فى تربة ديمقراطية، تكفل مجالاً رحباً للصحافة، إذ بدون حرية الصحافة يعجز رسام الكاريكاتير عن أداء مهمته الفكرية

والسياسية، ولا يبقى فى الميدان إلا من يجيد كيل المديح للحكام، وتجميل بشاعاتهم. وبدون الديمقراطية فإن على رسام الكاريكاتير أن يتحسس رأسه، وأن يبكّرَ في كتابة وصيته. هذا إذا ما صمم على الإخلاص لدوره. فرسام الكاريكاتير الوفي لوطنه وشعبه، فدائي آخر، سلاحه الريشة، وذخيرته الأفكار، أما السخرية فألغامه التي يفجِّرها، لتهز بُنى العدو، وتُصدِّعها، في انتظار هجمات الجموع، كي تقوِّض هذه البنى، على النحو الذي فعلته جموع الشعب الفرنسي بسجن الباستيل، إبان الثورة الفرنسية.

لذا أحس رسام الكاريكاتير المعاصر المعروف، ناجي العلي بالخطر يحدق به من كل جانب، مما جعله يصرخ، في واحدة من أهم لوحاته الكاريكاتيرية:« لا لكاتم الصوت»! وكأنه كان يتنبأ بالطريقة التى سيُقتل بها، بعد أشهر. حيث لم يحتمل المستبد ريشة فنان، مارس بريشته قناعاته، من العاصمة البريطانية، لندن، فأوفد المستبد إليه من يقتله، وقد كان، ونجح هذا المستبد في كسر ريشة، لطالما أدانت واقعنا المرير، وكانت الغزال الذي بشَّر بالمستقبل الزاهر، الذي لم يصل، بعد.

على أن ناجي العلي لم يكن الشهيد الوحيد فى هذا الميدان، حيث لم يحتمل ملك فرنسا المستبد، لوي فيليب، ثقل لوحات دوميه، الكاريكاتيرية، فبطش به، وأودعه السجن. مما يؤكد بأن هذا الفن ليس ترفًا، بل أرضًا مفخخة، يندر من يفلت من ألغامها.

15

الإخراج الصحفي (الميزنباج)

تصميم الجريدة مظهرها. إنه أداة لجذب أنظار القراء، واسترعاء انتباههم. أما تحديد موقع نشر الأخبار فيعكس مدى أهميتها.

بعد توفر مواد البناء، يبدأ المشرف الفني، فى تشنيد البناء، على الأرض الفضاء(الصفحة البيضاء فى «الماكيت»). حيث يقوم المخرج (المشرف الفني) بتوزيع مواد الدورية، وتحريكها، على الصفحات، طبقًا لحركة، أو خطة معيّنة، تمامًا كالمعمار. ومن هنا أهمية التوازن فى الصفحة. ويعطي الإخراج للدورية شخصيتها، المتمثلة في هدف الدورية، وطبيعتها، وشكلها، ونوع ورقها، وطباعتها.

غني عن القول بأن وظيفة الإخراج تنحصر فى خدمة المضمون أولاً، وإراحة عين القارئ ثانياً، ودفعه إلى التوقف عند أعمدة بعينها ثالثاً ناهيك عن أن الإخراج يوفر للصحيفة شخصيتها.

حسب هيرست، لا مفر من الانسجام في تركيب الجريدة، ونقل الانسجام إلى الإعلانات. فالذوق والجمال صروريان للصحافة، كما للقراء. فكلهم متفقون تجاه الإحساس بالجمال.

يتضمن الإخراج: عناوين أبواب الجريدة، وأركانها، فضلاً عن

النصوص. فمن شأن هذه العناوين جذب اهتمام القارئ إلى المتن. على أن يكون العنوان أصيلاً، وغير متكلف، وواقعيًا، وطازجًا. إنه إعلان برقي جاد عن الحدث، ويتسم بالإحكام، ويهدف إلى التأثير الفوري، وإلى أن يرسخ في ذهن القراء. فالعنوان استجابة سريعة موجزة لسؤال مهم وساخن.

يقوم العنوان بدور المدفعية، التي تمهد لزحف المشاة والدروع، إنه بداية معركة الصحيفة.

مع مراعاة أن كل القراء يقرؤون كل العناوين، لكن نسبة ضئيلة منهم هي التى تقرأ كل الموضوعات.

من هنا أهمية العنوان في الترويج للصحيفة، وهو من أركان الإخراج الصحفي، لوقوعه فى التكوين الجمالي، وفي تقييم شخصية الصحيفة.

نأتي إلى قواعد كتابة العنوان:

١. **الخط**: الذى يصلح للحدث السياسي، أو العسكري، لا يصلح للشأن الفني، أو الثقافي، أو الخبر الطريف.

٢. ضرورة أن يكون بين صانع العنوان **واللغة** عمار.

٣. **الذوق**، الذي يتشكل بالممارسة.

٤. قد يتم اختيار العنوان من **أفواه البسطاء** (مثل عنوان« تهريب الأرض» الذي أُخذ من أفواه الفلاحين).

٥. ضرورة **النأي بالعنوان عن الغموض، والتخمة بالكلام، والنشاز، والمبالغة.**

يفترض أن تكون ٩٠ في المئة، على الأقل من مواد الجريدة مريحة للنظر، جذابة، باستعمال قوالب متعددة، في تركيب العناوين، بشكل يفوق تركيب المواد، وفي أنواع

الحروف، التي تبرز الأجزاء المطلوب قراءتها، فوراً، من الأخبار.

آلية العمل

معروف بأن إخراج الصحيفة يُسند إلى المشرف الفني للصحيفة، الذي يتنقل بين مكتب الدورية والمطبعة، باستمرار، وقد يضطر إلى تغيير «الماكيت»، من وقت لآخر. وعليه أن يحضر اجتماع مجلس التحرير، ليلم بمدى أهمية مواد العدد، ومن هذا الاجتماع يذهب المشرف الفني إلى مكتبه، ليرتب تلك المواد، حسب أهميتها. وهو على اتصال بأرشيف الصور، لاختيار الصور المطلوبة لكل مادة. وبعد رسم «الماكيت»، وتوزيع الموضوعات، بصورها الفوتوغرافية، ينتقل المشرف الفني من مكتبه إلى المطبعة. وقد يفيض موضوع ما عن المساحة المحددة له، هنا يعمد المشرف الفني إلى قص جزء من الموضوع، أو يعود المشرف الفني إلى صاحب الموضوع، حتى يختصر المساحة المطلوبة.

مدارس الإخراج

لقد تحررت صحافة اليوم من قيود مدارس الإخراج، إلى حد بعيد. وإن حافظت تلك الصحافة على هدف الراحة والكفاية.

فالعنوان- الذي يلخص الموضوع، ويشد القارئ، ويعكس مدى أهمية الموضوع، ويشترك في بناء هيكل الصفحة، ويحدد شخصية الدورية- يجب أن يكون موجزاً، مركُزاً، وبسيطًا، ويحمل فكرة واحدة، ويتناسب مع حجم وأهمية الموضوع.

أما **الصورة الفوتوغرافية** فتشترك مع **اللوحة الكاريكاتيرية**، والرسم التوضيحي، في بناء الصفحة، وتعزيز الموضوع. ويجب أن تتميز الصورة بالإتقان، والوضوح، والانسجام مع طابع الصفحة في الصحيفة المعنية، مع عدم الإكثار من الصور في الصفحة الواحدة، وأن يتم تركيزها في النصف الأعلى من الصفحة.

معروف بأن الصورة تحتل المرتبة الأولى من اهتمام القارئ. وتزيد قيمتها مع

الكلام المرفق بها.

كما تزيد الصورة التي أُحسن اختيارها، في قيمة المواد كلها، وتُرضي كل القراء.

الصور تصل إلى الملايين، وتغدو معلّماً لهم، خاصة في المسائل التي يتجنبونها في المقالات الطويلة، الجافة، المملة.

لقد تضاعف توزيع الصحف المصورة. فهي تخاطب الشعب ككل، وليست طبقات بعينها. أما القصص المصورة فهي أشد تطورات الصحافة الحديثة تأثيراً.

يرى **هيرست** أن الصور يجب أن تتمتع بقيمة إخبارية، وإلا فالأفضل ألا تُنشر. كما أن شرح الصور- برأي هيرست – مهم، بمقدار أهمية الصورة نفسها. فضلاً عن أن الطباعة الجميلة شرط ضروري للصورة الجيدة. ويحذّر **هيرست** الصحفي من نشر صورة تقليدية، إن لم تكن لديه صورة جديدة. لقد زادت الأفلام، والراديو، والتليفزيون من الطلب على الصور. وهذا من حسن حظ الصحف، لأن في إمكانها نشر تلك الصور، بتوسع.

تبقى المدارس الثلاث في الإخراج الصحفي. وتتحكم في أولاها مسألة **التوازن** في الصفحة،

وفي المدرسة الثانية ثمة **الإخراج المتدرج**؛ عنوان قوي في رأس العمود، ثم يتدرج في الصغر. فيما تأخذ المدرسة الثالثة **بالإخراج التركيزي**، بوضع صورة كبيرة في الركن العلوي المقابل لقاعدة الهرم.

نخلص من هذا كله إلى ما يلي:

- **الصفحة الأولى** من الجريدة بمثابة وجهة المتجر (الفترينة).
- تتضمن الصفحة الأولى من الجريدة: **رأسًا**، وأ**ذنين**، و**عناوين**، و**صورًا**.
- في **المجلات** يتم التعامل مع الصفحتين المُتقابلتين باعتبارهما وحدة واحدة.

- يفضّل جمع المواد التي يُقبل عليها القراء بالحرف الأسود، أما الأقل إقبالاً فببنط أصغر أبيض.
- الفراغ الأبيض بين السطور، والفقرات، والأعمدة من شأنه تسهيل القراءة، وإراحة النظر.
- عدم الإسراف في استعمال الحرف الأسود، ويكتفى باستخدامه لإبراز مادة ما.
- من شأن العناوين الفرعية ترتيب الأفكار، وتسهيل القراءة، ويُنصح بعنوان جانبي كل نحو ثلاثمائة كلمة، وحتمًا عند استعصاء الربط بين فقرتين، بأي من أدوات الجمع.
- الاقتصاد في استخدام الأرضية السوداء، والألوان الزاهية، لأنها تُرهق العين، وتبعث على الملل.
- لإبراز مادة ما، يتم اللجوء إلى توسيع المساحة المُخصصة لها، مع الظل أو السواد، والاهتمام بالشكل، واللون، والفراغات، التي توازي الصمت في الخطابة. مع تجنب المُبالغة فى الإبراز، حتى لا نقع فى محذور تشويش مادة على أخرى.

باختصار، المهمة الرئيسية للمُخرج (المُشرف الصحفي) هي تسهيل قراءة الصحيفة على القارئ.

———///———

16

الإعــــلان

في مهنة الإعلانات نتعامل مع «الناس». والجريدة اليومية تُعطي أوضح صورة عن عادات الناس في ذلك المجتمع، وطباعهم، وتفكيرهم.

على رجل الإعلان التعرف على المشاكل المحلية، والدولية، التي تهم المجتمع.

إلى البضائع التى يعرضها أحسن متجر، وما سعرها؟ ما الثمن الذي تعتبره «الصفوة» مناسبًا لبدلة، لقميص، لحذاء رجالي؟ ما عدد إعلانات البيوت؟ هل من إقبال على الشراء بالتقسيط؟ هل ثمة مواقع شاغرة في صفحة الإعلانات المُبوَّبة؟ هل نفهم من إعلانات الأملاك الثابتة بأن عند الناس رغبة في شراء البيوت؟ هل ثمة أثر عن نشاط البناء؟ من يريد أن يتاجر؟ وبماذا؟ وبأي ثمن؟ من يريد المساومة؟ ومن خسر وظيفته، ويريد أن يُصفِّي حساباته؟

إضافة إلى تجاربنا الخاصة في الإعلان، ثمة الأبحاث المُنظَّمة، التي تُجريها الصحف، ومحطات الإذاعة، والتليفزيون في هذا الصدد.

ثمة إمكانية للمقارنة بين إعلان يظهر في صفحة، مُعززاً بصورة

إخبارية، وبين إعلان على صفحة لا صور فيها. إلى نتيجة إعلان على عمود واحد، وآخر له الحجم نفسه على عمودين أو ثلاثة. فضلاً عن صورة طفل في الإعلان، أو صورة كلب، أو قطة. أو ما قيمة الزاوية العليا اليسرى على الصفحة اليسرى، بالنسبة إلى المركز ذاته، على الصفحة اليمنى، أو ما إذا كان يوم الاثنين، أو الجمعة، أفضل يوم للإعلان عن صنف خاص من المصنوعات؟!

كلنا يعرف أن العنوان الكبير المهم على الصفحة الأولى هو أكثر ما يُقرأ في الجريدة كلها، لكن المُحررين، والمُعلنين يعرفون بأن القصة القصيرة على الصفحة الأولى، عن الطفل الذي غرق في خزان المياه سوف تقرأه النساء، أكثر مما يقرأن القصة المُطوّلة عن التطورات الحربية. معروف بأن الناس يقلبون صفحات الجريدة إلى الصفحة الرياضية، بينما آخرون يقلبونها إلى الصفحة الاجتماعية، لكن الطرفين يقصونها إلى القصص البوليسية.

لا شيء يحل محل الآخر. كانت شركة الهاتف تُعلن، في أيامها الأولى: «لا تسافروا! استعملوا الهاتف». ولكن الشركة توقفت عن نشر مثل هذا الإعلان، فقد تأكدت من أنه كلما ازداد سفر الناس ازداد استعمالهم للهاتف. أما الجريدة فما من شيء يحل محلها.

يرى **هيرست** ضرورة التوضيح الشديد لمبادئ وسياسات دائرة الإعلان، وكما تقوم الأخبار، والمقالات على الصدق، فإن الإعلان ليس استثناءً هنا.

على رجل الإعلان – يُشدد **هيرست** – أن يستخدم رجالاً لهم أدمغة، وأخلاق، وإلمام. وينتهي **هيرست** إلى ضرورة رفض إعلان يضر بالمصلحة العامة، أو غامض.

لا حاجة إلى التذكير بأن الإعلان دم الحياة في الجريدة، فهو يُسهِّل لها خدمة المصلحة العامة، على خير وجه، وبه تحافظ الصحيفة على استقلالها، وشجاعتها،

وكفاحها. وكلما كان نفع الإعلان أفضل، كانت الجريدة أفضل.

لذا ليس غريبًا القول بأنه ليس فى الجريدة مكان أصلح للتدريب على ملء أفضل وأرقى المراكز فى الصحافة، خيرًا من قسم الإعلان.

وأخيرًا، فإن على الجريدة، كي تحصل على استقلال كامل أن تخفض سعر الإعلان فيها، حتى يصبح في إمكان المُعلن الاستمرار في الإعلان فى الصحيفة المعنية.

17

الإدارة الصحفية

لأن الصحافة صناعة ثقيلة، لذا تقدّم الشأن المالي على التحريري فى الصحيفة، بل إن الأول ضروري للثاني. ذلك أن غنى الصحيفة المالي يوفر لها العفة، أي الاستقلالية.

الإدارة الصحفية علم وفن، علم لا مفر من الإلمام بأصوله، وفن في تطبيق تلك الأصول.

علمًا بأنه يستحيل على أي صحيفة أن تنجح دون إدارة صحفية ناجحة. تلك التي تشمل شتى جوانب العمل في المؤسسة الصحفية (التحرير/ المالية/ الطباعة/ التوزيع).

تنحصر مهمة الإدارة الصحفية فى تحديد الهيكل الإداري للصحيفة، واضعة فى الاعتبار أُسس الإدارة كعلم، والواقع الموضوعي، ومهام الصحيفة، والإمكانات المادية والبشرية المُتاحة للصحيفة المعنية؛ علمًا بأن ما من وصفة ما جاهزة لمعالجة أمور الصحيفة.

هيكل التحرير

يقوم الهيكل الإداري للتحرير على هرم، يترأسه رئيس التحرير،

يعاونه نائب **رئيس التحرير**، أو مدير **التحرير**، يليهم **سكرتير التحرير**، و**المشرف الفني**، ورؤساء أقسام: السياسة/ الأخبار/ التحقيقات/ الثقافة/ والرياضة.

قبل نحو خمسة عقود ، احتفلت أسبوعية « الحوادث » البيروتية بذكرى صدورها ، ونشر رسامها صورة بطول الصفحة (التابلويد) ، ظهر فيها رئيس التحرير ممتطيًا أكتاف مدير التحرير ، الذي ركب ظهر سكرتير التحرير ، فيما امتطى الأخير ظهر هيئة التحرير ، وامتطى الجميع ظهور القراء .

- **رئيس التحرير**: مسؤول عن تحويل سياسة الصحيفة إلى معالم إعلامية.
- **مدير التحرير**: الرجل الثاني في الصحيفة، الذي يُحوِّل توجيهات رئيس التحرير إلى عمل صحفي، ويباشر الاتصالات برؤساء الأقسام، وبسكرتير التحرير.
- سكرتير **التحرير**: تتجمع عنده المواد، وعليه تصنيفها، وتنظيمها، في ارتباط حميم مع إخراج الصحيفة (الميزنباج)، ويوافق على أخبار، ويرفض أخرى. كما يُحدد موقع كل ما يوافق على نشره، والصور الفوتوغرافية المطلوبة له، فضلاً عن العناوين. لذا يُطلب في سكرتير التحرير سعة الاطلاع، والثقافة السياسية الجيدة، والذاكرة الحادة، ناهيك عن الذوق والحس الصحفيين.

إلى هؤلاء جميعاً ثمة **رؤساء الأقسام**: السياسة، والأخبار، والثقافة، والتحقيقات، والرياضة. ويُشكل رؤساء الأقسام مع رئيس التحرير، ومدير التحرير، وسكرتير التحرير، والمشرف الفني **مجلس التحرير**.

أما كل العاملين في التحرير فيندرجون تحت مُسمى «**هيئة تحرير الجريدة**».

دون أن ننسى قسم المعلومات، والصور الفوتوغرافية، والمكتبة، والقسم المالي، وأخيرًا قسم التوزيع.

الهيكل الإداري

ثمة ضرورة لإسناد إدارة الصحيفة إلى إداري، وليس إلى صحافي. وتتم محاسبة المدير على الأرباح.

تنقسم كل صحيفة إلى ثلاث إدارات مُستقلة عن بعضها البعض، أولاها للتحرير، والثانية للإعلانات، والأخيرة للمطابع.

على المدير المالي تحديد نقاط التعادل: الحد الأدنى لكمية توزيع الصحيفة، والحد الأدنى للإعلانات، حتى يغطيا المصروفات، وكل ما يأتي بعد ذلك يكون مكسبًا للصحيفة.

أما مدير الإدارة فلا مفر من أن تتوافر له القدرة التنفيذية، والعمل البنّاء.

من البديهيات أن تُنسب دائرتا التحرير والتوزيع إلى نفسيهما الفضل فى رواج الجريدة. أما دائرة الطباعة فإليها تُنسب الخسائر، تحديدًا.

غنيٌ عن القول بأن أي مشكلة تتطلب، أولاً، تحديدها، قبل تحليلها، وتقليب بدائل حلها، قبل الرسو على أحد البدائل، واتخاذ القرار.

فى الختام، ما الإدارة إلا تخطيط، فتنفيذ، ومتابعة، وتقييم، وأخيرًا مكافأة وعقاب. أما معايير التقييم فثلاثة: الدقة، السرعة، والإتقان.



18

أخلاقيات الصحافة

تمتلك الصحافة أخلاقيات، لا مفر من التحلي بها، وإلا فقدت هذه المهنة نُبلها. ويتطلب الأمر:

- عدم إدارة الظهر لغريمك.
- الحذر من مهاجمة إنسان، وحرمانه من حق الدفاع عن نفسه، في المكان نفسه من الصحيفة.
- **إذا واتتك قدرتك على ظلم أحد**، فتذكَّر قدرة الله عليك.
- احرص على **الدفاع عن الحق، بجسارة.**
- صُنْ المبادئ، ولا تُساوم على آرائك، مُجاملة لأحد.
- حسب الصحفي الأمريكي المرموق **تشارلز أَ. دانا**[1]، فإن «**الصحفي موجِّه** ذو رسالة... إنه صاحب عقيدة، **وليس جرسون** مطعم، يُقدم للقارئ ما يطلبه».
- مسؤولية الصحافة، وحريتها، واستقلالها، والإخلاص، والنزاهة، وعدم التحيُّز، والاحترام.

(1) تشارلز أندرسون دانا: ولد في نيو همشاير، في ٨/ ٨/ ١٨١٩. صحفي وكاتب ومسؤول حكومي أمريكي. بدأ مديرًا لتحرير «تريبيون». ومنذ ١٨٦٨ غدا رئيسًا لتحرير صحيفة «نيو يورك صن». وامتلك أسهمًا في هذه الصحفية، وظل رئيسًا لتحريرها، حتى وفاته، في ١٧/ ١٠/ ١٨٩٧.

- عدم تلفيق الأخبار، أو الانتحاء بها، أو تشويهها.
- «الهوى» في كتابة الأخبار محظور تمام.
- المنافسة الحيوية مقبولة، ما دامت لا تتعارض مع المصلحة العامة.
- السبق الصحفي هدف مشروع ومُلّح، ولكن صحة الخبر قبل السبق.
- اختيار مراسلي وكالة الأنباء يتم حسب كفاءاتهم المهنية، ونضجهم، وإحساسهم بالمسؤولية.
- احترام سرية مصدر الخبر، احترامًا كاملاً.
- التحري من كلا الجانبين، بحرص، وبدون أدنى تحيُز.
- الوصول إلى مستويات رفيعة من الذوق.
- صون حرية الصحافة. فليست حرية الصحافة إلا تحررًا من استبداد الحكومة ، فالصحف تقوِّم ميل الحكومة الطبيعي للاستبداد. وعلينا ألا نبالغ فى الركون إلى الحرية. وأن نعي بأن حرية الصحافة ضمانة لبقية الحريات الديمقراطية. وحرية الصحافة ليست مجرد امتياز مُنح للمحررين والكتّاب؛ إنها أكثر، سيف الحق، ينطوي التمنطق به على المسؤوليات والواجبات. مثلما ينطوي على الامتيازات، ولا يضعف الصحافة قدر عدم استخدام هذا السيف، استخدامًا كافيًا.

إن من واجب الصحافة المطالبة بالأدلة والبيِّنات. والكتابة بدقة متناهية دون تحامل، أو تعبير عن رأيي الخاص. بذا يمكن تجنب قضايا القذف والتشهير، والابتعاد عنها. وغالبًا ما يكون القذف بسبب اللامبالاة فى نقل الأخبار. لذا لا مفر من الحرص الشديد فى كتابة القصص الإخبارية، قبل نقلها إلى القرّاء.

حدث أن اعتُقل رجل بتهمة السرقة، وتعاطي المخدرات. على أن المحكمة برّأته من

التهمة الأولى، فرفع دعاوى على كل الصحف التى اتهمته بالسرقة، وكسبها جميعًا.

العجيب أن دعوى رُفعت على جريدة في تكساس، لأنها وصفت بطلاً محلياً بأنه «رجل صالح»،واضطرت الجريدة أن تدفع له غرامة مالية ضخمة. ذلك أن سُمعة الرجل كانت رديئة للغاية، ولم يقبل أن تخدش الجريدة تلك السُمعة الرديئة، بالزعم أنه رجل صالح !

أي أن أمر القذف غريب ومُبهم، ومُتقلب. والخط الفاصل بين ما يُعتبر قذفًا وما لا يُعتبر قذفًا خط رفيع جداً. وعلى المخبر أن يتذكر، دائمًا، **بأن قوانين القذف لم تُسن من أجل حماية المُخبرين، أو الصحف، بل من أجل حماية المواطنين عموماً.**

ثمة القوانين التى يجب على المُحررين الإلمام بها، لتفادي شرورها، ما **يُحتِّم تحري الدقة في نقل الأخبار.**

كثيرًا ما تكون **حالات القذف نتيجة الجهل، والتسرع، والإهمال.** والحرص، وحده، كفيل بتجنب القذف، كما أنّ الإلمام بقوانين القذف يقلل من الوقوع تحت سيفها، إلى حدٍ بعيد.

حين تكتب واقعة نارية، عليك إثبات ذلك، و(بلاش«قالوا له»!)، كما أن نشر الشائعة لا يمنع اعتبارها قذفاً. وفي الإمكان رفع دعوى قذف، دون أن يكون المحرر ذكر اسم المعني بالأمر (القذف بالاستدلال). كذلك الصور المغلوطة، والعناوين، دون النص، والعكس.

حتى تصريحات القضاة، ووكلاء النيابة، وغيرهم من المسئولين ليست مُستثناة. ما لم تكن جزءاً من بلاغات قضائية أو رسمية. كما أن الوثائق المودعة في أدراج المكاتب ليست مستثناة، ما لم تُعلن، رسميًا.

إنه إثبات كل قول، والتأكد من أن البرهان موجود، إذا دعت الحاجة إليه،

والحرص في الأسماء، وكل ذلك يحفظ الجريدة بمنأى عن المحاكم. إلى الرغبة في تقديم وجهتيْ النظر من القصة، وإعطاء كل جانب حقه، وهذا لا يُقلل من فرص تعريض الجريدة لتهم القذف بحق الناس فحسب، بل إنه يُرسِّخ سمعتها، كناقل أمين للأخبار.

بذا نكون أمام ميثاق شرف صحفي. والله أعلم.

19

الصحيفة السرية

السرية ليست خياراً، أو ترفاً في غير مكانه، بل اضطراراً، تحت وطأة عدو شرس، واختلال بيِّن في ميزان القوى بين ذاك العدو والحزب المعني. ناهيك عن أن السرية ليست هدفاً، في حد ذاتها.

في هذا السياق، تغدو الصحافة السرية خياراً حتمياً للحزب المقاوم. ذلك أن «**الحزب رفيق ومطبعة**»، والجريدة «**جزء من منفاخ حدادة هائل**، ينفخ في كل شرارة من شرارات النضال الطبقي، والسخط الشعبي، ويجعل منها حريقاً عاماً، ولكنه منتظم، وعام، بكل معاني الكلمة، يتعبأ بصورة منتظمة، ويتعلم جيش دائم من مناضلين مجربين. باختصار، **صحافة الحزب هي عقل الثورة**»، على حد تعبير لينين. فالحزب يعتمد، في حركته، على نشاط أعضائه، كما على مطبوعاته. وتتجلى هذه المقولة في العمل السري للحزب الثوري. لذا كان طبيعياً أن يحتل مكتبا التنظيم والدعاية موقع الصدارة بين مجموع المكاتب المركزية للحزب. وفي حين يُعنى **مكتب التنظيم** بشؤون أعضاء الحزب، والتواصل معهم، وتشغيلهم، فإن **مكتب الدعاية** يتصدى لمهمة إصدار مطبوعات الحزب كافة، من صحف، ومنشورات، وكراسات، بما يوضح أهداف الحزب، ويبسط برنامجه

للجماهير، ويعمل على تعبئة هذه الجماهير، والتفافها حول الحزب.

غني عن القول بأن الصحيفة السرية تظل ضرورية في حالتي النضال التحضيري، وخوض النضال بكافة أشكاله، على حد سواء. فإذا كانت الصحيفة تقوم بدور الغزال الذي يبشِّر بالثورة في الحالة الأولى، فإن دور الصحيفة يظل ضرورياً، في مواصلة **التوعية والتعبئة**، حتى بعد الانتقال إلى المواجهة النشطة مع الأعداء، مع ملاحظة **أن التوعية بدون تعبئة تخلق بشراً ثرثارين، بينما التعبئة بدون توعية توفر للحزب حجارة شطرنج.**

المحرّض والداعية

ثمة دعاية شفاهية توكل إلى المحرّضين والدعاة في الحزب. ولقد تم التمييز بين وظيفتي التحريض والدعوة. **المحرّض** يقدم فكرة واحدة، أو حفنة صغيرة في الأفكار، إلى قطاع عريض من الناس. أما **الداعية** فيطرح أفكاراً كثيرة، على عدد محدود من الناس . الأول يتعامل مع الجماهير، بينما يحصر الداعية عمله في نطاق أعضاء الحزب. المحرّض يهتم بتعبئة الجماهير حول القضايا الراهنة، فيما الداعية يعنى بتوعية أعضاء الحزب، وتربيتهم، نظرياً وسياسياً، لتأهيلهم من أجل العمل وسط الجماهير. على **أن التحريض والدعوة يشكلان، معاً، مفتاح النشاط الدعاوي للحزب.** وهما يؤديان إلى تنظيم الجماهير، وتوظيف حقدها على العدو، وتحريكها، وتعزيز ثقتها بقدرات الحزب. الأمر الذي يضع حداً لتواكل الجماهير، ويوفر للنضال، الوطني أو الطبقي، ضمانات استمراره، وانتصاره.

بيد أن على المحرضين والدعاة تجنب الإملاء والتلقين، وترك الجماهير تجترح أساليبها التحريضية والدعاوية الخاصة، خلال التحركات الجماهيرية. ولطالما أجادت الجماهير اجتراح شعاراتها، وأساليبها، في مواجهة أعدائها.

كما أن على الحزب الاهتمام بالانتقاء الأفرادي للمحرضين والدعاة، من بين أولئك المتمتعين بالوعي السياسي العالي، والماضي النضالي، والاستعداد الكبير للتضحية، والشعبيه، والجماهيرية، والنزاهة، والسيرة الحسنة.

فيما تنحصر واجبات المحرضين والدعاة في توجيه الجماهير، وبث اليقين بالنصر، وإقناع الجماهير بأن مصلحتها ومصلحة الثورة واحدة، فضلاً عن تعليمها شتى أشكال الكفاح.

وإدارة الظهر لأسلوب «تحميص الجماهير» ، وللمبالغة في تقدير الذات ، والحط من قدرات العدو . أو تصوير الانتصار على العدو وكأنه قاب قوسين أو أدنى ، أو أنه حتمي . فمثل هذا الأمر من شأنه دفع الجماهير إلى التواكل على تلك الحتمية !

بصدد تربية كادر المحرضين والدعاة، ثمة ضرورة قصوى لتجنب التجريبية، والتلفيقية، وعدم الزج بالمحرضين والدعاة وسط الجماهير، بلا تدريب مسبق، أو دون مدهم بالتعليمات، والمعلومات الضرورية، باستمرار، وأولاً بأول.

حتى اللصوص لا يزجون بزملائهم المبتدئين إلى الشارع، قبل أن يستكملوا تدريبهم، ويجتازوا كل الاختبارات، وآخرها قدرتهم على شق ورقة سيجارة فوق كوب مليء بالماء، وبواسطة موسى حلاقة، شريطة ألا يبتل الموسى، وإلا اضطر اللص المبتدئ إلى أن يعيد الاختبار، مرات ومرات.

في مجال الكتابة المسرحية ، يحذر لاجوس إجري من رفع التكليف مع تلك الكتابة . ويستشهد بصانع الأحذية الذي لا يسمح لصبيه بأن يدق مسمارًا في نعل حذاء ، قبل مرور ثلاث سنوات على بدء الصبي تدريبه في حانوت الجزمجي !

في البدء ثمة دورة تثقيف سياسي تأسيسية، وأخرى في أساليب التحريض والدعوة. يتلقي المحرضون والدعاة في الدورة الأولى محاضرات مكثّفة في تاريخ

الفلسفة ومدارسها، والاقتصاد السياسي، وتطور الحركة الوطنية في البلد، وأسس التنظيم الحزبي، وفن العمل الجماهيري، وأصول الاستراتيجية والتكتيك، فضلاً عن القومية والوحدة العربية، والصهيونية وكيانها، وعلم الحرب. أما في دورة الأساليب فيكتفى بالفن الصحفي، وعلم النفس الاجتماعي.

مع نزول المحرضين والدعاة إلى الجماهير، يجري مدهم بالتوجيهات، والمعلومات عن الأحداث الجارية، بشكل مبكّر، قدر الإمكان، دون أن يعفي هذا الأمر المحرضين والدعاة من مهمة المتابعة الدقيقة للأحداث الجارية، ومن تتبع المزاج الجماهيري ، في كل تحولاته ، والإبلاغ عن تلك التحولات ، أولاً بأول ، وبأسرع ما يمكن .

الدعاية التحريرية

لعل من نافلة القول بأن اللجوء إلى الصحافة السرية، دون الدعاية الشفاهية، إنما يتم، أولاً، بسبب الانتشار الواسع للتعليم، وثانياً طلباً للأمان، وثالثاً لعجز دائرة الأعضاء الضيقة عن تغطية مهمة الدعاية الشفاهية، على اتساعها. وحتى الأُميين باستطاعتهم الاستماع إلى مواد الصحيفة السرية من أحد القراء.

لعل المفارقة تكمن في أن الجريدة السرية تتفوق على الصحيفة العلنية، في عدد قراء النسخة الواحد من الجريدة السرية. ففي العلنية ثمة ستة قراء للنسخة الواحدة، فيما هم خمسة أضعاف هذا العدد للصحيفة السرية. ناهيك عن أن قراء السرية يلتهمون موادها كلها، بينما يختار القراء من العلنية مجرد المانشتات، أو موضوع واحد أو بعضه، ليقرؤوه، وغالباً ما لا يتحمسون له، هذا إن هم أكملوه.

مهام الصحيفة السرية

- وسيلة قوية لتعزيز روابط أعضاء الحزب السري بالجماهير؛

- جذب أوسع عدد ممكن إلى ساحة الكفاح؛
- تخليص السخط الشعبي على العدو من تلقائيته، والعمل على ترشيد هذا السخط، وتنظيمه، وتوظيفه؛
- ملاحقة الأفكار الانهزامية، والانتحارية، على حد سواء؛
- تربية الجماهير بالروح النضالية الصحيحة؛
- رفع المستوى السياسي للجماهير، فضلاً عن أعضاء الحزب أنفسهم؛
- تنظيم الأعمال الجماهيرية، وحشدها ضد العدو، مسلحة بالخط السياسي للحزب؛
- تعزيز الكفاح الموحّد المنظّم، عبر وحدة القوى الوطنية؛
- تعميم خبرة وكفاح الشعب المدافع عن حريته وترابه الوطني؛

هذا كله يجعل من الجريدة السرية محط ثقة الجماهير، كمصدر صحيح للإعلام.

الخبرة

بيَّنت التجربة التاريخية أن ارتفاع توزيع الصحيفة السرية، حميم الارتباط بنهوض الحزب، وزيادة عضويته، فضلاً عن اتساع الأعمال الجماهيرية لهذا الحزب. **فالصحيفة السرية هي قلب نضال الحزب.** علماً بأن توزيع الجريدة السرية، في حد ذاته، يوفر شبكة منظمين فضفاضة حول المنشأ، تصبح، مع مرور الوقت، أداة تنظيم، أيضاً.

لذا على الحزب أن يحافظ على مواعيد صدور صحيفته السرية، بانتظام. وأن يتمتع الحزب بدرجة عالية من الحذر واليقظة الثورية، لتوفير أعلى درجات الأمان للصحيفة؛ بدءاً من شراء الورق، والحبر، ونقلهما إلى مقر المطبعة، مروراً بأعمال

المطبعة، الدقيقة والخطيرة، وانتهاء بالتوزيع. لذا لا مفر من إجراءات محكمة، لتأمين الجهاز الفني[1]، والعاملين فيه، فضلاً عن المقر، والورق، والحبر، والطباعة، وأخيراً توزيع الصحيفة، الذي يجب أن يتغير مكان وزمان تسليمها لجهاز الاتصال، من مرة إلى أخرى.

أما **نجاح الجريدة السرية**، فرهن بعاملين أساسيين:

- **اعتماد مادتها على قضية حية، تمدها بالمعلومات المقنعة؛**
- **تشكيل جهاز الصحيفة من كادر مناضل، وليس من صحفيين محترفين.**

كما أن على الجريدة السرية الالتزام بتخفيض حجمها، لرفع درجة الأمان. ما يتطلب اعتماد **الأسلوب التلغرافي**، وتقديم أوسع الموضوعات في **كبسولة، بوضوح وبساطة**، وبإخراج بسيط، مريح للعين.

في مجال الأساليب، **الحقائق المجردة غير مجدية** في تغيير آراء الناس، الذين يتشككون فيما يقرؤون، أو يسمعون، خاصة الشعب الفلسطيني، بعد كل الإحباطات التي تعرض لها. مما يحتم القيام بتحريض ذكي، ومخاطبة الطبقات والفئات الاجتماعية، بعد دراسة مشاكل كل منها على حدة، دراسة متأنية مستفيضة. بما يجعل المبادرة، دائماً، في يد الحزب، ومحرضيه، ودعاته، الأمر الذي لا يضمنه إلا **الصدق، والبساطة، والتواضع.**

أما من حيث المضمون، فإن حسن استقبال شعارات الحزب، من خلال صحيفته، واستجابة الجماهير لبرنامجه، إنما يعتمد، أساساً، على المادة الصحفية، وأسلوب تقديمها، فضلاً عن الصفات الشخصية والاجتماعية للمتلقي؛ كالسن،

(1) قديماً كان الجهاز الفني يضم الآلة الكاتبة، وجهاز الاستانسل (الرونيو)، واليوم جهاز الكمبيوتر، وطابعة، وسكنر.

والجنس، والخلفية الفكرية والسياسية، ومدى توافق ما تقدمه الصحيفة السرية مع قناعات القارئ.

هكذا، تكلِّف الصحيفة السرية غالياً، لكن لا غنى عنها، فهي **خير بطاقة مرور إلى الجماهير**، تحمل صوت الحزب إليها، ويستمد الحزب من الجماهير وعبرها، العون المادي والمعنوي. فنجاح إصدار، وتوزيع، واستمرار الصحيفة السرية ـ تحت نير أساليب فاشية ـ هي ثمرة عمل حزب قوي، منظّم، يضرب بجذوره عميقاً في أوساط الجماهير.

لقد أوضحت التجربة بأن قيام **جهاز متفرغ لتنظيم، وتوزيع الصحيفة السرية**، هو خير وسيلة لحماية الفنيين، والتنظيم كله ضد غارات العدو، وكمائنه. وتتيح للقسم الأكبر من أعضاء الحزب، في الوقت نفسه، فرصة الانصراف إلى الواجبات والمهام العديدة الأخرى، الملقاة على عاتقهم.

يبقى أن يتسلح العاملون في الصحيفة السرية بمعرفة تفصيلية عن الأوضاع المحلية، طبوغرافياً وسياسياً، وأن يمتلكوا خطة عمل سليمة وواضحة، وأن يتسم عملهم **بالمرونة، والجسارة، والانضباط**.

في الصحيفة السرية تنحصر المهمة في **الإعلام، بهدف التوعية، والتحريض، والتنظيم**؛ تاركة أمر التثقيف للكراسات والنشرات الداخلية.

في قطاع غزة، أكدت الصحافة السرية للجماهير بأن العمل ضد الاحتلال الإسرائيلي ليس واجباً فحسب، بل ممكناً، أيضاً. فضلاً عن أن مجرد صدور الصحف السرية هناك فضح مدى عجز سلطات القمع الإسرائيلية عن معرفة مواقع المطابع، أو كشف مُصدري تلك الصحف.

من تجربة جريدة «المقاومة»، السرية، الصادرة عن الجبهة الوطنية المتحدة[1]، في قطاع غزة، يمكن استخلاص الدروس التالية:

- لا يحتاج الدفاع عن القضايا المبدئية إلى الانفعال، بل إلى الصبر المتعقل.
- يجب الاستعانة بأوسع دائرة ممكنة من الناس لصياغة محتوى الدعاية، وأساليبها، مع البحث عن أساليب جديدة للدعاية، دوماً.
- أن نعي بأن العمل الدعائي الصحيح لا يكون بمجرد الإجابة على الأسئلة، بشكل صحيح، بل، أساساً بإعطاء حل تتبناه الجماهير، القوى التي تجعل للحل الصحيح أهمية عملية.
- أن نحرص على أن تكون كتاباتنا صحيحة، عميقة، و مختصرة، إلى أبعد حد؛ مجرد بضع حقائق وأفكار رئيسية. فالدعاية، في نظر لينين، فن، ونشاط إبداعي، مبني على كمية وفيرة من الوقائع، وفن في انتقاء الوقائع الأشد وضوحاً، والأكثر دلالة، وفي الجمع بين المفهوم العلمي للأشياء، وبين شكل بسيط، شعبي، مقنع، مع تجنب الكلشيهات (المصطلحات المعقدة)، والجمل الطنانة، على أن يتم التوجه إلى أوسع دائرة ممكنة من المناضلين، والكادحين، ومخاطبتهم.
- كان على دعايتنا أن تتصدى لأكثر القضايا تعقيدًا، وإلا تاه عملنا وسط الضباب.
- حين نتجنب الخوض في قضية ما، فإن جماهيرنا تصبح فريسة لدعاية الأعداء

(1) في ١/٨/١٩٦٧، تشكلت هذه الجبهة، وفيها إئتلف كل من «الشيوعي»، و«البعث»، و« جبهة التحرير الفلسطينية (ج . ت. ف.)» ، وضمت قيادتها ـ فضلاً عن مندوب من كل طرف ـ كلاً من الدكتور حيدر عبد الشافي، والأستاذ سامي أبو شعبان. الأول شخصية وازنة، محلياً وإقليمياً ودولياً، أما أبو شعبان فكان رئيساً منتخباً لمعلمي المدارس الحكومية ولموظفي الدوائر الرسمية، في آن.

بصدد تلك القضية.

• تحتل المناقشة الفردية موقعاً مهماً في أشكال الدعاية. ما يتطلب من أعضاء الحزب تعلم فن النقاش، وإجادة ضبط النفس، والعرض العلمي لأفكارهم، فضلاً عن البساطة ، والاختصار، والوضوح.

• من الخطأ اعتبار الدعاية شأن المتخصصين، وحدهم، إنها شأن الحزب كله، فكل أعضاء الحزب بمثابة مراسلين لجريدة حزبهم السرية. كما أن على كل المستويات الحزبية أن تدرج على جدول أعمالها الأسبوعية، بند تقييم جريدة الحزب، في سبيل العمل على تطويرها المطرد.

• أن يتم ضخ مشاكل الجماهير ومزاجها المتبدل دومًا إلى هيئة تحرير الجريدة، بأقصى سرعة، حتى تعالجها جريدة الحزب، أولاً بأول.

• معيار النجاح يتمثل هنا في مدى تلبية الدعاية لاحتياجات الجماهير، وتعبيرها عن خط الحزب، وأهدافه، الاستراتيجية والمرحلية، على حد سواء.

• الدعاية الثورية قادرة على قهر العدو، دعائياً، رغم تفوقه التقني، بسبب القضية العادلة للدعاية الثورية، واعتمادها الحقيقة، واستنادها إلى قاعدة جماهيرية عريضة. في عمرها القصير، نجحت الجريدة السرية للجبهة الوطنية المتحدة في قطاع غزة «المقاومة» في إعلام الشعب، وتثقيفه، وصولاً إلى توعيته، وتعبئته، وتنظيمه. لقد حققت «المقاومة» جملة من الأهداف، لعل أهمها:

- الإسهام المجدي في نشر الأفكار الثورية.
- إضاءة السبيل لمواصلة النضال ضد الاحتلال.
- غرس اليقين بالنصر في نفوس أبناء الشعب.
- تعميم شعارات الجبهة.

ـ تكريس اسم الجبهة، محلياً، وإقليمياً، وعالمياً.

ـ تأهيل المزيد من أعضاء الحزب للعمل في المجال الصحفي السري.

ـ توفير نافذة للباحث، يطل منها على النضال الوطني في قطاع غزة، تحت الاحتلال الإسرائيلي، وذلك عبر ما ألقته جريدة «المقاومة» من أضواء على مهام الجبهة، وتكتيكاتها، ومواقفها، وأدائها، فضلاً عما نشرته تلك الجريدة السرية من أخبار النضال الوطني هناك.

إن صحيفة «المقاومة» محاولة مبكرة، ناجحة لتأسيس صحافة سرية ناجحة، في قطاع غزة.

لقد صدرت «المقاومة»، واتسع توزيعها، باطراد، رغم كل شراسة العدو الصهيوني، وملاحقات زبانيته. وظلت تلك الصحيفة السرية هدفاً ثميناً لأجهزة أمن الاحتلال، حتى صمتت «المقاومة»، مرة وإلى الأبد، مع الضربة الأكبر للحزب الشيوعي، ومراكزه السرية، أواخر عام ١٩٧٢م.

لقد ظلت «المقاومة»، الشكل الأهم والأكثر انتظاماً، وثباتاً في صحافة المقاومة السرية في قطاع غزة، على مدى ثلاث سنوات متصلة من الاحتلال الإسرائيلي (١٩٦٧ـ ١٩٧٠). ومع الضربات الأمنية الإسرائيلية المتلاحقة للحزب الشيوعي، ومقار مطابعه السرية، اضطرب انتظام صدور «المقاومة». مع هذا كله غدت هذه الصحيفة السرية، ذات الورقة (الفولسكاب) الواحدة، بصفحتيها، رائدة الصحافة السرية لحركة المقاومة في قطاع غزة.

وبعد، فإن الحزب الذي يعي دور الصحيفة السرية في توعية الشعب، وتعبئته، لابد سيبادر إلى التخلص من النواقص، والسلبيات، دوماً، وبلا انقطاع.

|20|

البحث الأكاديمي

١- المبرر الأساسي لأي بحث هو إضافة جديد في المعلومات، أو في المنهج ؛ أو قلب مفاهيم سائدة؛ أو سد ثغرة في موضوع، يهم دائرة واسعة من الناس.

٢- غالباً ما يستند البحث إلى فرضيات.

٣- يتطلب تحليل أية ظاهرة (اقتصادية ؛ اجتماعية ؛ سياسية ؛ ثقافية ...الخ) وضعها في سياقها ، مع الأخذ بالاعتبار الخصائص المميِّزة لمفردات هذه الظاهرة ، في الحقبة التاريخية المحددة. فمن المهم إيضاح من أين أتت الظاهرة؟ وإلى أين ستنتهي؟ مما يتطلب إلقاء حزمة من الأضواء على جذور الظاهرة، ومكوِّناتها، وتناقضاتها الداخلية، وعلاقاتها بما حولها من ظواهر ومتغيرات، و التأثير المتبادل بين كل من هذه وبين الظاهرة المدروسة، ثم الإطار المجتمعي الذي وجدت فيه الظاهرة المدروسة (التطور الإقتصادي، والاجتماعي، والسياسي، والثقافي)، قبل استشراف مستقبل هذه الظاهرة.

٤- تحليل الحقائق التاريخية الملموسة ، وعدم التوصل إلى أية قوانين ، قبل تعميم هذه الحقائق ، ولا تكفي حقيقة واحدة، أو حقيقتان للتوصل إلى قانون عام .

٥- لا تتأتى القدرة على التحليل، إلا بعد امتلاك الباحث للمادة، تفصيلاً، مما يمكّنه من تحليل أشكال تطورها المختلفة، ومتابعة سائر علاقاتها الداخلية، وبعد إنجاز هذه الخطوة، يمكن وصف الحركة، وصفاً ملائماً.

٦- بعد الإطلاع على المراجع الأساسية في الموضوع. نعمد إلى وضع خطة **البحث**[١]، التي تتضمن:

أ- **إطار البحث**: ويشمل التعريف بموضوع الدراسة، وأهدافها، ومداها، وحدودها، والفرضيات الرئيسية[٢] لها.

ب- **مبررات البحث**: بدءاً من أهمية الموضوع؛ والدراسات السابقة فيه؛ والجديد الذي يتوقعه الباحث؛ والمساهمة التي يمكن أن يضيفها بحثه، استناداً إلى المعرفة المتاحة له.

ج- **المنهج المستخدم**: الدراسات الاستطلاعية ، الوصفي، التجريبي، التاريخي، المادي الجدلي، والمقارن[٣].

د- **البنية**: وتتضمن تخطيطاً أولياً للبحث؛ والفصول أو الأبواب التي يتكون منها؛ مع عرض لمنهجية البحث، بتركيز على الطرق، والأساليب المقترحة لجمع المعلومات، وتحليلها؛ مع فهرس مقترح، موسّع، على هيئة مرآة، تفصّل مضمون كل فصل، على حدة، ولكن وفق نسق، بحيث يأتي كل فصل بمثابة تقديم لما بعده، ونتيجة للفصل الذي سبقه. وننتهي إلى إيراد المراجع، والمصادر الخاصة بالبحث؛ من كتب و دوريات، و وثائق، و مقابلات مع شخصيات من داخل موضوع

(١) انظر الملحق رقم (٣).
(2) انظر الملحق (٢).
(3) انظر الملحق (١).

البحث، مرتبة، ترتيباً هجائياً .

وهذه خطة مبدئية ، يُعاد النظر فيها ، تُغنى و تتعزز، بعد الاطلاع على كل المراجع و المصادر.

١- ثم ينكب الباحث على مراجعة مصادره ، لأخذ المقتطفات ، التي تعينه في بحثه، و يسجلها على بطاقات ، من ورق مقوّى، ذات مقاس واحد؛ يوَضِّح (بالقلم الأحمر) في طرفها العلوي الأيمن العنوان الذي يختاره الباحث لمضمون البطاقة ، فيما يثبِّت (بالقلم نفسه) في أسفل يسار البطاقة المعلومات البيبلوغرافية للمصدر.

٢- **المعلومات البيبلوغرافية للكتاب:**

- اسم المؤلف، **اسم الكتاب**، بلد النشر، دار النشر، تاريخ النشر، الطبعة (إن وجدت)، و الصفحة.
- إذا كان الكتاب مترجماً، يثبت اسم المترجم بعد اسم الكتاب، مباشرة.
- إذا كان الكتاب لعدة مؤلفين، يكتب اسم أولهم، و تضاف كلمة«وآخرون»، وإذا كان ثمة محرر بينهم، فيكتفي بكتابة اسمه، ويوضع بعده بين قوسين كبيرين كلمة (محرر)؛ أو (معد) إذا كان معداً.
- إذا اخترت مقتطفك من فصل كتبه أحد مؤلفي هذا الكتاب، فيتم إثبات المعلومات البيبلوغرافية على النحو التالي:

فلان و آخرون، **كتاب كذا**، بلد النشر، دار النشر، سنة النشر.

(انظر: اسم كاتب الفصل، عنوان الفصل   ).

المعلومات البيبلوغرافية للدورية :

أ- اسم الكاتب، عنوان المقال، اسم الدورية (بلد النشر) ، رقم العدد، تاريخه،

لا يكتب رقم الصفحة، إلا إذا كانت مجلة، أما الجريدة، فلا حاجة لكتابة رقم الصفحة.

ب- إذا كان المقتطف خبراً، وليس مقالاً :

اسم الصحيفة (بلد النشر)، رقم العدد، تاريخه .

طريقة الكتابة :

١- يفضل كتابة **تعليق الباحث** ، بلون آخر ، على البطاقة من أسفل .

٢- بعد الانتهاء من جمع المادة ، يتم تحديد كل صنف من البطاقات، على حدة (التصنيف).

٣- يتم ترتيب **بطاقات** كل صنف ،حسب الأولوية .

٤- بحيث نتهي إلى فرز **بطاقات** كل فصل على حدة، وفي داخلها يتم **تصنيف بطاقات** كل عنوان جانبي (مبحث)، على حدة.

٥- **نعيد قراءة البطاقات**، قبل البدء بالكتابة، وإعادة النظر في الخطة، وإدخال التعديلات اللازمة عليها .

٦- بعد الانتهاء من كتابة الفصول، يعكف الباحث على كتابة **مقدمة بحثه**، ويضمِّنها:

أ- سبب اختياره موضوع هذا البحث بالذات [**أهمية الموضوع**] .

ب- **الصعوبات والعقبات** التي واجهت الباحث .

ج- هل **تمكَّن الباحث من التغلب عليها** ، بعضها أو كلها، وإن لم يتمكن فما السبب؟

د- لماذا اختار الباحث التقسيم الطولي ، أو الموضوعاتي لبحثه.

هـ- شرح مقتضب لمضمون الفصول، على التوالي.

و- شكر لمن ساعد الباحث، مع التنويه عن عدم مسؤوليتهم عما يكون قد علق بالبحث من سلبيات.

ملاحظات:

١. أن تكون المراجع من الدرجة الأولى (فلا تقرأ في المتن كلام على لسان سعد زغلول، مثلاً، لنجد الهامش يعيدنا إلى باحث استخدم هذا الكلام، ونسبه لسعد زغلول).

٢. أن تتوزع المراجع والمصادر على جهات ثلاث: منحاز للموضوع، ومعارض له، والأخير محايد.

٣. بعد الاطلاع على المراجع والمصادر، وانتقاء مقتطفات منها، تتم قراءتها وتصنيفها، عندها يكون الباحث قد بلور رؤية (تصوراً) في موضوع البحث. وإلا سقط أسير مراجعه، خاصة إذا لم يتعامل مع تلك المراجع بعقل نقدي. هنا يمكن القول أيضاً، بأن الباحث ضللته مراجعه.

٤. لا تدخل إلى البحث بأفكار مسبقة.

٥. «من الحكمة تعريف المصطلح»، حسب الصينيين. ما يتطلب البدء بتعريف المصطلح إذا كان ورد في عنوان الموضوع. أما إذا ورد مصطلح في متن الموضوع، فإن علينا أن نورد تعريفًا له في نهاية الصفحة نفسها.

٦. تُستخدم الحاشية لتوضيح معنى مصطلح مستخدم، أو للتعريف بشخصية، أو إيراد وقائع وتفاصيل، لا يتسع لها المتن، وفى هذه الحالة توضع نجمة فوق الكلمة المراد تفسيرها ،وتثبت النجمة فى أسفل الصفحة، وبجانبها معلومات

مختصرة وافية عن المصطلح، أو الشخصية، على أن يوضع مرجع المعلومات في أقصى يسار الحاشية.

٧. « اليقين عدو المعرفة » ، لذا يفضَّل الترجيح على القطع .

٨. الاعتناء بجملة تُنهي الفصل، وتمهّد للفصل الذى يليه .

٩. تقترب الفصول من بعضها، من حيث الحجم .

١٠. يفضَّل ألا يتوقف الباحث عند الانتهاء من الفصل، بل يبدأ بما بعده.

١١. ينتهي البحث بفصل أخير، يحمل عنوان « **استنتاجات عامة** » ، وفيه يثبت الباحث ما استخلصه من جميع الفصول ، مع الحذر من الاستشهاد بمراجع أو مصادر.

١٢. يمكن للباحث أن يلخِّص مادة كبيرة من أي مرجع أو مصدر، من صياغة الباحث نفسه، على بطاقات، وهنا لا يجب وضعها بين هلالين، ويكتفى بوضع رقم هامش، وإثبات المصدر، والصفحة في الهامش نفسه .

١٣. لا يجب الاستشهاد بأكثر من خمسة أسطر من أي مرجع ، وإلا فليختصره الباحث بطريقته.

١٤. من المكروه استخدام «**المرجع نفسه**» أكثر من ثلاث مرات متتالية.

١٥. يمكن للباحث أن يقفز عن الكلام الذي لا يخدم بحثه، وهنا عليه تثبيت [...] ، التي تشير إلى أن الباحث قفز عن كلام ، ورد فى المصدر ، أو المرجع.

١٦. **استخدام الأقواس :**

أ- « » يستخدم للتنصيص، أي لنقل نص بعينه.

ب- [ ] كلمة أو أكثر يضيفها الكاتب من عنده، داخل نص مقتطف لكاتب آخر.

ج- [....] علامة على القفز عن كلام من مقتطف. لتفصيل جملة أو كلمة سابقة، أو لإيراد كلام لا يتحمل الكاتب مسؤوليته، ويريد تشكيك القارىء فيه، أيضا.

١٧. لن نمل من تكرار ضرورة **التشويق** فى الاستهلال، واعتماد **الجمل القصيرة، البسيطة، الواضحة، والاهتمام بالترقيم.**

١٨. تُراجع الدراسة ست مرات، على الأقل، أولاها من أجل أسلوب متجانس؛ فأي دراسة تقتطف مادتها من مراجع شتى، كُتبت بأساليب متعددة. بينما التجانس في الدراسة يُطلق عليه الدهانون «جعل المادة مية واحدة». والمراجعة الثانية للنحو، والثالثة لتدقيق الهوامش، والرابعة لما إذا كان التحليل شاملاً كل الدراسة. وفي المراجعة الخامسة، وفيها يترك الباحث دراسته أياماً عدة، قبل أن يعود إليها، من جديد، في صفاء ذهني.

هنا يقرأ بعين أخرى، من أجل التجويد العام للدراسة. تبقى المراجعة السادسة، التي تخصص للمنتجة، أي للمونتاج، حيث يتم التخلص من كل ما لا يخدم موضوع البحث. تمامًا مثل مونتاج الأفلام؛ حيث يتم فصل كل المشاهد التي لا ضرورة درامية لها.

١٩. بعد كل عدة صفحات، يفضَّل استخدام طُرفة، أو مفارقة؛ يتم للقارئ أن يتلفظ أنفساه، ويبتسم، بعد طول تجهم.

***

مثال عن التقسيم الطولي والموضوعاتي :

الحركة الوطنية الفلسطينية (١٩١٨- ١٩٤٨)

التقسيم الطولي	التقسيم الموضوعاتي
المرحلة الأولى ١٩١٨- ١٩٢٩.	الحركة الوطنية والانتداب البريطاني.
المرحلة الثانية ١٩٣٠ – ١٩٣٩.	الحركة الوطنية والصهيونية.
المرحلة الثالثة ١٩٤٠ – ١٩٤٨.	الحركة الوطنية والأرض.

21

مراجعة الكتب

١- المقصود بمراجعة الكتب إصدار حكم على الكتاب، وليس الاكتفاء بتلخيصه للقراء. فالتلخيص هنا يأتى في سياق حيثيات الحكم، ليس إلا.

٢- تكون البداية بحسن اختيار الكتاب، بما يخدم حدثاً مهماً جارياً، أو يمكن إسقاط مضمونه على هذا الحدث، سواء من التاريخ البعيد، أو من موقع بعيد، جغرافيا؛ أو أن هذا الكتاب يأتي ضمن مواد محور مجلة ما.

٣- يبدأ بالتنوية لارتباط موضوع الكتاب بالحدث المهم، المومى إليه.

٤- إذا كان موضوع الكتاب بعيدًا ، في الزمان أو المكان ، فإن على مراجع الكتاب سوق مبرر المراجعة ، رغم ذاك الابتعاد . فإذا صدر كتاب عن « المرأة في الثورة الجزائرية » ، فأول ما يتبادر إلى ذهن القارئ هو سؤال : «الثورة المذكورة مضى على اندلاعها ستة وخمسون عامًا ، وانتصرت قبل نحو خمسين عامًا ؟» أم المبرر فهو أن ما حدث للمرأة الجزائرية ، بعد انتصار الثورة ، تكرر في ثورات وطنية عدة، ولا يزال مرشحًا للتكرار ، من جديد ، مرات ومرات .

٥- ألا يكون فات على إصدار الكتاب سنتان .

٦- بعد ذلك ، يجري إعداد إطار المراجعة.

٧- الإشارة إلى أهمية الموضوع ، ومن ثم أهمية المؤلف .

٨- في ختام المراجعة، يشار إلى ما إذا كان المؤلف قد وُفق في الارتقاء بالمعالجة إلى مستوى أهمية الموضوع .

٩- يجب الاعتناء بمقدمة الكتاب، وعدم الاستهانة بمحتواها .

١٠- تكون المراجعة للمجلة الأسبوعية، عادة، في حدود ٦٠٠-٩٠٠ كلمة ؛ وللشهرية والفصيلة ما بين ١٠٠٠-٢٠٠٠ كلمة، أو حسب تحديد المحرر المسؤول .

١١- مع ملاحظة أن كل كتاب يأخذ حجمه من أهميته . حيث نتوسع في مراجعة الكتاب الأكثر أهمية، أكثر من متوسط الأهمية. وهكذا.

بناء المراجعة

١- الفكرة الرئيسية ، والمضمون .

٢- غاية الكاتب ، وهل نجح في الوصول إليها :

٣- الأسلوب ، وهل وُظف في خدمة الفكرة ، وساعد في إيصالها إلى القارئ ، وحقق غاية الكاتب ، أم أنه أسلوب مفكك مرتبك ، مثلاً ، حال دون وصول الفكرة الرئيسية ، مما أدى إلى فشل الكاتب في الوصول إلى غايته . وإذا كان الكتاب مترجماً ، فلابد من رأينا في الترجمة .

٤- المنهج المستخدم ، وما إذا كان ملائمًا أكثر من غيره .

٥- الجدارة والثقة ، من خلال :

أ- المؤلف ، سوابقه في التأليف ، مع نبذة عنه .

ب- المصادر ، مدى صدقيتها، ومستواها ، وتنوعها (من حيث الشكل ؛ صحيفة ؛ كتاب ؛ وثيقة ؛ شخصيات . ومن حيث صاحبها : الطرف المعني؛ الطرف

المعادي، وطرف مستقل).

جـ- **النزاهة**، في اقتطاف المادة من المراجع .

د- **التحليل**، ومدى دقته، واقناعه للقارئ . وما إذا كان يتم على حساب المعلومات، أم العكس .

هـ- **الخلاصة**، بتقويم الكتاب، مدى جدارته بالثقة، منفعته، وموقعه بين الكتب التى سبق أن عالجت الموضوع نفسه، وبين مجمل النتاج الفكري للقطر المعني (أي كأن تقول : «هذا كتاب العام»، أو «كتاب العقد في القطر الفلاني»، أو حتى «في العالم»).

الخطوات

أولاً : تتم قراءة **الكتاب**، وتلخيصه، واستنباط ما يريد المراجع قوله، في جملة أو جملتين، وإلقاء الضوء على **غايته من إصدار هذا الكتاب**، مع تمحيص المقدمة.

ثانياً : **تسجيل الملاحظات**، في الموقع الذى يستحق الانتقاد، سواء في المعلومات، أو التحليل .

ثالثا :إعطاء الرأي فيما إذا كان **التقسيم** الذى اعتمده المؤلف [طولي أو موضوعاتي] موفقاً، أم أن التقسيم الآخر كان أكثر ملاءمة .

رابعاً :الإشارة إلى ما إذا كان ثمة نقص في الفصول، أو خلل في نسقها .

خامساً :**مقارنة كتابنا هذا** مع الكتب المماثلة، والإشارة إلى ما إذا كان كتابنا هذا **أضاف جديداً**، من عدمه (في الحالة الأخيرة يفقد الكتاب مبرر صدوره).

سادساً :تسجيل رأينا في المنهج، وأسلوب **التحليل** .

سابعاً :وهل اعتمد المؤلف هذه المعلومات على **حساب التحليل**، أم العكس؟

ثامناً :**اللغة** ، ومدى تطابقها مع طبيعة الموضوع (لغة سياسية ، اقتصادية ، تاريخية ، أدبية ...الخ).

تاسعاً :رصد **الأخطاء**، النحوية والمطبعية .

عاشراً :إذا أورد الكاتب **جداول وإحصائيات**، فهل قارن بين هذه الأرقام، وهل أوضح دلالات الأرقام أم أهمل هذا كله؟!

حادي عشر: عقد مقارنة مع الطبعات السالفة للكتاب (إن وجدت) .

ثاني عشر : ما إذا كان الكتاب رائداً في مجاله . وفي هذه الحالة ، هل تخلص المؤلف من عيوب الروّاد ، الذين يستخدمون كل ما يقع تحت أيديهم من معلومات في صدد موضوعهم ؟

ثالث عشر: يُبدأ بالإشارة إلى **أهمية موضوع الكتاب** ، **وحيثية المؤلف** .

وعند انتهاء المراجعة - أي في التقويم – تتم الإشارة إلى ما إذا كان المؤلف قد **ارتقى إلى مستوى أهمية الموضوع** ، أم لا .

رابع عشر : إصدار الحكم النهائي على الكتاب، مع حيثيات قوية، على غرار ما تفعله محاكم النقض، التي تصلح أحكامها وحيثياتها للتدريس في كليات الحقوق.

ملاحظتان

١- لاتنسى **الاستهلال المشوِّق** ، والخاتمة المحكمة .

٢- تذكر أن عمل مُراجع الكتاب أقرب إلى **عمل النحلة** ، التي ترتشف رحيق الأزهار ، لتعيده، بعد جهد كبير ، مادة مختلفة من إنتاج النحلة نفسها ، ألا وهو العسل . مما يحتِّم على مُراجع الكتاب إعادة صياغة مضمون الكتاب ، والإضافة إليه ، بعد قراءة عدة كتب حول الموضوع نفسه ، مما يترك بصمات عميقة للمُراجع على المراجعة المنجزة .

المـــلاحق

المُلحق (١)

لمحة خاطفة عن مناهج البحث[1]

يتطلـب التفكـير العلمـى الرؤيـة النقديـة للأشـياء ، والتمحيص والدقة في النظر إلى الأشياء، والربط بين مختلف الجزئيات ، بما يفيد في التنبؤ .

فيما التجربة والتعميم من أهم أسس التفكير العلمي . ويرمي الأول إلى خلع الصفات المُميِّزة عن الأشياء، بحيث لا يبقى لنا إلا الفكرة ، وهي بالضرورة فكرة «عامة»، لاتصدق على مفردة واحدة دون غيرها ، أو موقف جزئي ، بل على مجموعة أفراد، أو حالات النوع المعني .

(١) مزيد من التفاصيل، يمكن الرجوع إلي:

- د. عبد الغفار رشاد محمد، أسس المنهج العلمي/ أدوات ومناهج البحث السياسي، القاهرة ، جامعة القاهرة، ١٩٩٦ .
- د. عواطف عبد الرحمن وآخرون، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار الثقافة، ١٩٨٦ .
- د. كمال المنوفي، مقدمة في مناهج وطرق البحث في علم السياسة، الكويت، وكالة المطبوعات، ١٩٨٤ .

أما عناصر المنهج العلمي فتشمل الملاحظة العلمية ، والمفاهيم ، والفروض ، والأُطر النظرية.

نأتي إلى أدوات جمع البيانات، التي تنحصر في الملاحظة والمقابلة، والاستبيان، وتحليل المضمون.

المناهج

المنهج هو المسلك الذى يختاره الباحث لعملية البحث. وثمة ستة مناهج رئيسية في العلوم الاجتماعية، هي :

١) المنهج في الدراسات الاستطلاعية

يقوم حين لا يكون الباحث ملماً بكل معالم الظاهرة ، وبالتالي يركز اهتمامه في استكشاف تلك المعالم، وأبعادها .

٢) المنهج الوصفي

يلائم الظواهر الاجتماعية، بتحديد الظاهرة، وجمع المعلومات بدقة حولها، وفحص وتمحيص العوامل المحيطة بالظاهرة، مع الملاحظة .

تتمثل أهمية هذا المنهج في توفيره كمّا ضخمًا من المعلومات ، بما يطوِّر العلم ، ويسهم في صياغة المفاهيم والتصورات . فالوصف هو الخطوة الرئيسية الأولى للبحث، ولتطور العلم ، أيضاً .

٣) المنهج التجريبي

الذي يصبح ممكناً في العلوم الاجتماعية، بمجرد أن تتاح فرصة ضبط المتغيرات، وحينما يكون عامل الزمن ضروريا في عملية الإثبات ، أو البرهان .

لا يكتفي الباحث هنا بملاحظة العلاقة بين متغيرين ، بل يمكنه اصطناع

مواقف تجريبية، يتحكم هو في متغيراتها ، بصورة تمكّنه من اختبار صحة الفروض. وفيه يتم اختيار مجموعتين متكافئتين في شتى الظروف ، ماعدا التعرض لأثر هذا المتغير المستقل، المراد اختبار تأثيره .

٤) المنهج التاريخي

معروف بأن التاريخ سياسة ماضية ، أما السياسة فتاريخ جارٍ .

يُعنى المنهج التاريخي باكتشاف الأدلة، وتقييمها، والربط بينها، للتوصل إلى استنتاجات. إنه إعادة بناء وعرض نقدي لصورة الماضي، فضلاً عن أنه يتيح التنبؤ بالمستقبل.

لقد أضفى ابن خلدون على التاريخ طابعًا اجتماعيًا، فيما أكسب فيكو الإيطالي التاريخ طابعاً عاماً وشاملاً. ثم جاء كارل ماركس ليؤكد بأن الاقتصاد محرِّك التاريخ ، أما الحرب فقاطرة التاريخ ، فيما السياسة هي: التعبير المكثف للاقتصاد. ذلك أن تاريخ البشرية عند ماركس إن هو إلا تاريخ صراع الطبقات.

في الوقت الذي أعطى المفكر الفرنسي باسكال أهمية خاصة لتأثير أنف كليوباترا على التاريخ ! واعتبر توماس كارليل التاريخ عربة تجرها الأحصنة ، المثلة في القادة !

لعل من فضلة القول بأن الوثيقة تحتل موقعاً مهماً في الكتابة التاريخية ، حيث لابد من التحقق من صدق الوثيقة ، أولاً ؛ ومن أهلية كاتبها ، ثانياً ؛ وصدق أدلتها التاريخية ، ثالثاً ؛ ومدى الضغوط التي قد يكون كاتب الوثيقة تعرض لها، رابعاً ؛ وعما إذا كان للألفاظ المستخدمة معنى خاص في العصر الذي كتبت فيه ، خامساً .

٥) المادية الجدلية

هو المنهج الماركسي ، الذي يشترط بأن يتحدد المنهج بطبيعة الظواهر التي يدرسها. ويتكون هذا المنهج من المادية والجدلية . الأولى تقول بأن المادة سابقة على

الفكر ، وأنها تشكل حيِّزاً خارج إحساسنا ، ويمكن فهمها ، وبالتالى تغييرها. فيما ترى الجدلية بأن الإضافات الكمية تفضي إلى تحولات كيفية ، والتي تتم بطفرة واحدة. فضلاً عن تطور الظواهر ، وعدم ثباتها ، ووحدة الأضداد، وصراعها. وصولاً إلى نفي النفي ،حيث انتقال الفعل ، أو الإدراك ، أو المعرفة – بعد سلسلة من التطورات – إلى مرحلة أعلى وأرقى.

نصل إلى المادية التاريخية ، وهي تطبيق للمادية الجدلية على التاريخ (انظر المنهج السابق).

٦) المنهج المقارن

مهمته الوقوف على أوجه الاختلاف والاتفاق بين الظواهر .

(الملحق الثاني)

الفرضيات[1]

تعريف بالفرضية :

هي تخمين، يصوغه الباحث، ويتبناه، مؤمناً، لشرح بعض ما يلاحظه. إنها اقتراح قريب إلى التصديق ، يقدَّم لتفسير واقعة، أو مجموعة وقائع ، أو ظاهرة، أو مجموعة ظواهر مترابطة، سبق للباحث أن لاحظها .إنها مقولة لما يعتقد الباحث بأنه واقعي، أي لما يتوقع وجوده من علاقات بين المتغيرات، لدى ممارسة الملاحظات المنظَّمة .

إن الفرضية منطوق قابل للاختبار. إنه تقرير لعلاقة متوقعة بين المتغيرات، يمكن اختباره إمبريقياً (معرفيًا) ، لتحديد درجة مصداقيته .

في ضرورتها :

توجه الباحث، وترشده إلى المعلومات، التي يتعين عليه أن يجمعها، بما يختصر وقته، وجهده ، ويجنِّبه إضاعة وقته، في جمع مادة لا ضرورة أو قيمة لها، في هذا البحث .

على أن الفرضيات ليست لازمة في كل البحوث ؛ مثل الدراسات الاستطلاعية ، التي لا تسعى إلى اختبار فرضيات، بل إلى تقديم صورة وصفية للمشكلة محل البحث، مع ملاحظة أن هذه الصورة تساعد الباحث على وضع فرضيات يتحقق من صحتها، لاحقاً، في دراسة أشمل .

---

(1) موسوعة العلوم السياسية، الكويت، جامعة الكويت، ١٩٩٣، ١٩٩٤، ص٤٨، ٤٩.

يعتمد الباحث، في وضع الفرضيات، على خياله، وإلمامه بجوانب المشكلة البحثية[1]؛ وقراءاته في مجال تخصصه، والمجالات الأُخرى المرتبطة به ، ومشاهداته للواقع، موضع الاهتمام .

أنواعها :

- **الفرضية العدمية** ، التي تنفي وجود علاقة بين متغيرين.
- **الفرضية الارتباطية** ، التي تشير إلى مثل هذه العلاقة ، دون توضيح اتجاهاتها.
- **الفرضية الاتجاهية** ، التي تحدد اتجاه هذه العلاقة (مثلا : المتغيران يتغيُّران معاً في الاتجاه عينه ، أو في اتجاه عكسي).
- **الفرضية السلبية** ، التي تقرر بأن أحد المتغيرين يؤدي إلى إحداث تغير في الآخر، على أن ثمة عوامل لا مفر من مراعاتها في تحديد الفرضيات:
- **توضيح العلاقة بين المتغيرات**، كما هي في الواقع.
- إقامة الفرضية علاقة بين متغيرين، فحسب.
- **تحديد طبيعة اتجاه العلاقة** بين متغيرين (سببية أم تغايراً).
- اتسام الفرضية بالعمومية ، بتناولها ظاهرة عامة، وليس حدثا محدداً، بالدقة

(1) **المشكلة البحثية**: هي التساؤل البحثي الرئيسي ، الذي يسعى الباحث إلى الإجابة عنه. إنها مختلفة عن موضوع البحث، ويتوقف اختيار الباحث لمشكلته البحثية على اهتماماته الشخصية، وطبيعة المشكلات التي تواجه مجتمعه، وتساعد المراجع على تحديد مشكلته البحثية. ويجب إلا تكون المشكلة البحثية عامة، تستحيل دراستها، بعمق، تميزها، بحيث تقلل من قيمتها، وأن تكون واضحه، فضلاً عن توضيح موقعها في التراكم المعرفي، المتعلق بالموضوع المعني، وأن تكون قابلة للدراسة.

والتحديد.

- **بالقابلية للاختبار**، بتوفر الأدلة التي يمكنها تأكيد انطباق الفرضية على الواقع.

- تضمن الفرضية وحدات التحليل موضع الدراسة (أي تحديدها أنواع، أو مستويات الفاعلين السياسيين، التي تدور حولهم العلاقات المفترضة).

///

الملحق (٣)

نموذج خطة دراسة

خطة دراسة
حركة الشيخ عز الدين القسام

مقدمه : تفرش للموضوع ، بسطرين أو ثلاثة أسطر.

أولا : إطار الدراسة

١) **تعريف بموضوع الدراسة** : في سطر واحد أو سطرين .

٢) المدى المكاني والزمني : في سطرين .

٣) الفرضيات : تخمين عما سيترتب على تفاعل موضوع الدراسة بكل متغير ، على حدة (راجع ملحق « ٢ ») .

ثانيا : مبررات الدراسة

١) مغزاها : في سطرين أو ثلاثة .

٢) دراسات سابقة : وليست «الدراسات السابقة» ، لأن الكاتب لن يراها كلها . مع رصد ما غطته كل دراسة، وما أغفلته .

٣) الجديد المنتظر : من بين ما أغفلته تلك الدراسات السابقة .

ثالثاً : المنهج

الاستطلاعي / الوصفي / التجريبي / التاريخي / المادي الجدلي / المقارن

(راجع ملحق « ١ »).

رابعاً : بنية الدراسة

إذا كان كتاباً ، فيقسم إلى فصول ، والفصول إلى مباحث ، مع مرآة تحت كل فصل ومبحث، تتضمن تفاصيل ما سيتناوله الباحث بالرصد والتحليل . أما إذا كان مجرد دراسة صغيرة ، فيكتفي بمجموعة مباحث ، مع مرآة لكل منها .

خامسا : المصادر و المراجع

١) الوثائق غير المنشورة

مرتبة هجائياً ، حسب أول كلمة في الوثيقة .

٢) الوثائق المنشورة

مرتبة كسابقتها .

٣) الكتب

مرتبة هجائيا ، حسب اسم المؤلف .

٤) الدوريات

مرتبة هجائيًا ، حسب اسم الدورية .

٥) المقابلات

مرتبة هجائيًا ، حسب اسم صاحب المقابلة .

المراجع

١- د. إبراهيم إمام، فن الإخراج الصحفي، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، د.ت. .

٢- د. أحمد حسين الصاوي وآخرون، الإخراج الصحفي، بغداد، اتحاد الصحفيين العرب، «السلسلة المهنية» (٨)، د.ت. .

٣- د. أحمد زين الدين، التحرير الصحافي: دليل عملي، بيروت، إصدار خاص، ٢٠٠٨.

٤- أدمون كوبلتنز(تحرير)- فن الصحافة، ترجمة أنيس صايغ، مراجعة محمود الحوت، بيروت، مؤسسة فرانكلين، ١٩٥٨ .

٥- د. أديب خضور، أدبيات الصحافة، دمشق، جامعة دمشق، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ١٩٨٦ .

٦- أديب خضور، الخبر الصحفي، سلسلة«الثقافة الصحفية»(١)، دمشق، د.ت. .

٧- بيير ألبير، الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود، القاهرة. الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٧ .

٨- جورج كلاوس، لغة السياسة،ط٢، ترجمة ميشيل كيلو، بيروت، دار الحقيقة، ١٩٩٠ .

٩- د. خليل صابات، الصحافة: رسالة/ استعداد/ فن/ علم، القاهرة، دار المعارف، ١٩٥٩ .

١٠- رضوان أبو عيَّاش، مبادئ جمع الأخبار وتحليلها، بير زيت، جامعة بير زيت، ٢٠٠٣ .

١١- سعد التائه، التحقيق الصحفي، بغداد، اتحاد الصحفيين العرب«السلسلة المهنية»، (٢)، د.ت. .

١٢- د.سيد أبو النجا وآخرون، الإدارة الصحفية، بغداد، اتحاد الصحفيين العرب، «سلسلة

المهنية»، (٧)، د.ت. .

١٣ - عبده الأسدي؛ خلود تدمري، دراسة في إبداع ناجي العلي، بيروت، دار الكنوز الأدبية، ١٩٩٤.

١٤- عبد السميع عبد الله، أبيض وأسود، (لوحات كاريكاتيرية)، القاهرة، سلسلة « كتاب روز اليوسف »، ١٩٥٥ .

١٥ - عبد القادر ياسين ، تجربة الجبهة الوطنية في قطاع غزة ، بيروت ، دار ابن خلدون ، ١٩٨٠ .

١٦ — عبد القادر ياسين ، تجربة في المقاومة النشطة ، القاهرة ، مركز المحروسة ، ١٩٩٨ .

١٧- فتحي خليل، العنوان الصحفي / التنسيق بين الاقسام، بغداد، اتحاد الصحفيين العرب،« السلسة المهنية» (٦)، ١٩٨٢.

١٨- فخري كريم ، الصحفي: دراسة في أشكال الكتابة الصحفية، بغداد، منشورات « الطريق الجديدة»، ١٩٧٧.

١٩- فريزر بوند، مدخل إلى الصحافة، ترجمة راجي صهيون، مراجعة ابراهيم

داغر، بيروت ،١٩٦٤.

٢٠- د.محمود فهمي، الفن الصحفي في العالم، القاهرة، دار المعارف، ١٩٦٤.

٢١- منى جبر، فن الكاريكاتير،القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب،١٩٧٧.





فهرس الكتاب

المحتويات

